

**HUBUNGAN ANTARA KEMATANGAN EMOSI TERHADAP
IMPLUSIVE BUYING PADA WANITA BEKERJA**

SKRIPSI



Oleh :

Putri Sarah

20131023031123

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2017

**HUBUNGAN ANTARA KEMATANGAN EMOSI TERHADAP
IMPLUSIVE BUYING PADA WANITA BEKERJA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Malang
Sebagai salah satu persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi**

**Oleh:
Putri Sarah
201310230311238**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2017

LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul Skripsi : Hubungan Antara Kematangan Emosi Terhadap *Impulsive Buying* Pada Wanita Bekerja
2. Nama Peneliti : Putri Sarah
3. NIM : 201310230311238
4. Fakultas : Psikologi
5. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang
6. Waktu Penelitian : 25 juli 2017 - 16 september 2017

Skripsi ini telah diuji oleh dewan penguji pada tanggal 3 November 2017

Dewan Penguji

7. Ketua Penguji : Tri Muji Ingarianti, S.Psi.,M.Psi. ()
8. Anggota Penguji : 1. Susanti Prasetyaningrum, M.Psi ()
2. Siti Maimunah, S.Psi, MM, MA ()

Pembimbing I

Pembimbing II

Yudi Suharsono, S.Psi., M.Si.

Tri Muji Ingarianti, S.Psi.,M.Psi.

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang

Muhammad Salis Yuniardi, S.Psi, M.Psi, Ph.D

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Sarah
NIM : 201310230311238
Fakultas/ Jurusan : Psikologi
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi/ karya tulis ilmiah ini yang berjudul “Hubungan Antara Kematangan Emosi Terhadap *Impulsive Buying* Pada Wanita Bekerja”:

1. Adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digunakan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya.
2. Hasil karya ilmiah/skripsi dari penelitian yang saya lakukan merupakan hak bebas royalti non-eksklusif, apabila digunakan sebagai sumber pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Mengetahui,
Wakil Dekan I

Malang, 21 Oktober 2017
Yang Menyatakan

Ni'matuzahroh, S.Psi, M.Si.

Putri Sarah

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas nikmat pengetahuan dan kesempatan yang selama ini diberikan sehingga kurun waktu beberapa bulan penulis diperkenankan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Kematangan Emosi Terhadap *Implusive Buying* Pada Wanita Bekerja” sebagai salah satu syarat wajib untuk memperoleh gelar sarjana psikologi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan sebagai penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Muhammad Salis Yuniardi, S.Psi, M.Psi, Ph.D , selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Yudi Suharsono, S.Psi., M.Si. selaku pembimbing I dan Tri Muji Ingarianti, S.Psi.,M.Psi. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, membimbing dan waktu luangnya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Yuni Nurhamida, S.Psi., M.Psi, selaku ketua program studi Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Siti Maimunah, S.Psi, MM, MA selaku dosen wali yang selalu memberikan arahan pada masa perkuliahan.
5. Ibu yang selalu membantu dan mendo’akan anaknya dalam keadaan apapun. Yang selalu memberikan masukan dan bimbingan ketika lelah.
6. Ayah yang selalu membantu dalam segi apapun itu, terutama dalam do’a dan dukungan ketika peneliti kesulitan dalam menyusun tugas akhir ini. Mendukung peneliti untuk selalu sabar dalam menyelesaikan tugas akhir.
7. Keluarga besar lainnya yang juga selalu mendoakan dan selalu memberikan semangat dan bimbingannya.
8. Teman-teman kelas D angkatan 2013, PIO A, yang berjuang bersama selama proses perkuliahan dan penyusunan tugas akhir serta saling mendukung dan mendoakan satu sama lain.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan pada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari tiada satupun karya manusia yang sempurna, sehingga kritik dan saran demi perbaikan karya ini sangat penulis harapkan. Meski demikian, penulis berharap semoga ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembacanya umumnya.

Malang, 21 Oktober 2017

Penulis

Putri Sarah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK.....	1
PENDAHULUAN.....	2
LANDASAN TEORI	6
Impulsive Buying	6
Kematangan Emosi	8
Kematangan Emosi Terhadap Impulsive Buying	11
Hipotesa	13
METODE PENELITIAN	14
Rancangan Penelitian	14
Subjek Penelitian	14
Variabel dan Instrumen Penelitian	14
Prosedur dan Analisa Data	15
HASIL PENELITIAN	16
DISKUSI	18
SIMPULAN DAN IMPLIKASI	22
DAFTAR PUSTAKA	23
LAMPIRAN	27

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indeks Validitas & Reabilitas Alat Ukur Penelitian	14
Tabel 2. Deskripsi Subjek Penelitian	16
Tabel 3. Deskripsi Distribusi Skala Kematangan Emosi dan <i>Implusive Buying</i>	17
Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test	17
Tabel 5. Hasil Uji Korelasi Kematangan Emosi dan <i>Implusive Buying</i>	18

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.

Skala Try Out	28
---------------------	----

LAMPIRAN 2.

Blue Print Skala	37
------------------------	----

LAMPIRAN 3.

Rekapitulasi Hasil Try Out.....	43
---------------------------------	----

LAMPIRAN 4

Hasil Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	47
---	----

LAMPIRAN 5

Skala Penelitian	53
------------------------	----

LAMPIRAN 6

Rekapitulasi Data Penelitian	59
------------------------------------	----

LAMPIRAN 7

Output SPSS	89
-------------------	----

LAMPIRAN 8

Bukti Foto Pengambilan Data	91
-----------------------------------	----

HUBUNGAN KEMATANGAN EMOSI TERHADAP *IMPLUSIVE BUYING* PADA WANITA BEKERJA

Putri Sarah

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang

putrisarahd@gmail.com

Abstrak

Fenomena *implusive buying* pada saat ini semakin marak terjadi dikalangan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dengan adanya gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif dan memiliki pola belanja yang senang mengikuti tren. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kematangan emosi dengan *implusive buying* pada wanita bekerja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif korelasional. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala yaitu skala kematangan emosi dan skala *implusive buying*. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 350 wanita bekerja berdasarkan teknik *insidental sampling*. Analisis data menggunakan korelasi *product moment pearson*. Hasil dari penelitian ada hubungan negatif dan signifikan antara kematangan emosi dengan *implusive buying* pada wanita bekerja ($r = -0,471$; $p = 0,000 < 0,01$), semakin tinggi kematangan emosi maka semakin rendah kecenderungan *implusive buying*, begitupula sebaliknya semakin rendah kematangan emosi maka semakin tinggi kecenderungan untuk *implusive buying*. Sumbangan efektif kematangan emosi terhadap *implusive buying* pada wanita bekerja sebesar 22,2%.

Kata Kunci: Kematangan Emosi, *Implusive Buying*.

Implusive buying phenomenon happens exessively in the society. It canbe seen from the consumptive's life style of the society and they have a lot of expenses pattern which is following the trend. This study aims to determine the relationship between emotional maturity with implusive buying in working women. The method used in this research is correlational quantitative research method. Data collection is done by using the scale of the scale of emotional maturity and scale of implusive buying. Participants in this study amounted to 350 women working on incidental sampling techniques. Data analysis using product moment pearson correlation. The result of the research is negative and significant relationship between emotional maturity with implusive buying in working women ($r = -0,471$; $p = 0,000 < 0,01$), the higher the emotional maturity the lower the tendency of implusive buying, and the lower the maturity of emotion then the higher the propensity for implusive buying. The effective contribution of emotional maturity to implusive buying in working women is 22.2%.

Keywords: *Maturity Of Emotional, Implusive Buying.*

Pola hidup konsumtif saat ini banyak ditemukan pada berbagai macam status sosial. Diantara status sosial yang rentan terkena perilaku konsumtif adalah wanita yang bekerja. Untuk menjalankan dan memenuhi status sosialnya, wanita kerap dituntut agar dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Untuk itu wanita perlu memenuhi kebutuhan hidupnya guna penyesuaian diri terhadap lingkungan sosial tersebut. Sebagian wanita yang telah bekerja menghabiskan waktu dan kegiatannya dengan pekerjaannya, namun tidak jarang juga banyak wanita yang memperhatikan hal lainnya. Penampilan (*fashion*) merupakan salah satu hal yang penting dan selalu diperhatikan oleh seorang wanita, hal tersebut dilakukan karena penampilan memberikan sebuah identitas diri. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, wanita sering tergoda untuk berpenampilan yang lebih menarik dibandingkan dengan orang lain, sehingga wanita sering kali membeli sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Kebanyakan konsumen wanita yang sudah mempunyai pekerjaan akan melakukan perubahan dalam gaya hidup mereka terutama dalam hal cara mereka berpenampilan.

Adanya pola hidup konsumtif pada wanita bekerja pada saat ini disebabkan karena berbagai alasan, salah satunya karena adanya pendapatan yang dimiliki sendiri oleh wanita bekerja. Wanita yang memiliki pendapatan sendiri cenderung lebih mudah mengeluarkan uang untuk kebutuhannya seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, maupun barang mewah. Hal tersebut dikarenakan wanita lebih bersedia untuk menghabiskan uang atas barang mewah, baik untuk diri sendiri maupun untuk anak-anak mereka (Shandu & Paim, 2016). Sebuah survei menemukan bahwa lebih dari 50% perempuan muda berusia 18-34 tahun di kota Ho Chi Minh Vietnam menyatakan prioritas mereka adalah merek mewah, hal tersebut menunjukkan bahwa wanita lebih menyukai barang yang bermerek (Thithanh, 2015). Ditambahkan pula bahwa, konsumen yang bekerja di perusahaan swasta dan orang-orang yang memiliki bisnis sendiri cenderung lebih memanjakan diri dalam melakukan perilaku pembelian implusif dibandingkan dengan konsumen bekerja di perusahaan pemerintahan (Jain, 2016). Selain itu saat ini wanita untuk bisa mendapatkan suatu pekerjaan diharuskan untuk berpenampilan menarik. Hal tersebut menjadi salah satu penyebab atau alasan para wanita yang telah bekerja tak segan untuk membeli barang atau produk untuk memenuhi kebutuhannya.

Seorang wanita bekerja cenderung merasa bahwa berbelanja merupakan kegiatan yang menyenangkan (Schiffman & Kanuk, 2000). Hal ini di dukung adanya alasan mendasar mengapa wanita bisa menyenangkan kegiatan berbelanja, yaitu karena pada dasarnya manusia itu senang memiliki barang baru, melihat benda bagus, dan merasa senang memakai sesuatu yang keren (Ariani, 2015). Sehingga dengan cara berbelanja seseorang bisa memiliki benda-benda tersebut dan otomatis merasa pasti senang. Akan tetapi dalam melakukan kegiatan berbelanja tidak selalu konsumen melakukan pembelian secara rasional, terkadang konsumen sering membeli barang tanpa disertai pertimbangan dan hanya mengikuti dorongan emosional belaka. Proses pembelian dengan cara ini dikenal sebagai pembelian implusif (*impulsive buying*).

Impulsive buying merupakan fenomena yang makin banyak terjadi di kehidupan masyarakat terutama yang tinggal diperkotaan. Fenomena ini menarik untuk dapat diteliti mengingat *impulsive buying* tidak hanya terbatas pada wanita saja, akan

tetapi kaum laki-laki, miskin, kaya, berpenghasilan tinggi ataupun rendah pada saat ini juga dapat dengan mudah berbelanja. Penelitian menyebutkan wanita lebih impulsif dibandingkan dengan pria. Ditambahkan pula bahwa seseorang yang tidak menikah lebih impulsif dibandingkan seseorang yang telah menikah (Herrnita, 2012). Pada saat ini belanja tidak hanya dilakukan untuk membeli barang kebutuhan saja, namun belanja juga menjadi aktivitas gaya hidup, kesenangan, dan pemenuhan kebutuhan psikologis seseorang. *Implusive buying* merupakan pembelian yang terjadi secara spontan, reflek, karena munculnya dorongan yang kuat untuk membeli dengan segera. Hal tersebut menjelaskan bahwa konsumen terkadang jarang melakukan pembelian dengan melakukan perencanaan dan melihat sisi manfaat barang yang akan di beli.

Pada saat berbelanja wanita cenderung tidak dapat mengontrol diri atau rendah dalam hal mengontrol diri dibandingkan dengan laki-laki. Perempuan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk melakukan *impulse buying* dibandingkan dengan laki-laki (Tifferet & Herstein, 2012). Sesuai dengan hal tersebut jenis kelamin, pendidikan dan usia memiliki dampak signifikan pada perilaku *implusive buying*, dimana orang pada usia 20-30 tahun rentan melakukan *implusive buying* (Nadeem, et al, 2016). Hal ini dapat terjadi karena wanita lebih mudah dipengaruhi oleh lingkungan yang ada disekitar toko seperti tampilan produk yang dijual, adanya potongan harga atau adanya promosi produk-produk yang diberikan terutama untuk produk baru. Terlebih pada saat ini untuk berbelanja masyarakat juga dimudahkan dengan adanya *online shop* seperti lazada, hijabup, tokopedia, dan sebagainya yang memudahkan kita berbelanja dengan hanya membuka situs belanja dengan adanya jaringan internet tanpa harus pergi ke sebuah pusat perbelanjaan. Selain dalam hal belanja secara *online* wanita mudah dipengaruhi oleh adanya diskon, promo gratis ongkos kirim, adanya *cashback*, atau adanya voucher belanja. Adanya diskon berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian implusif. Ini menunjukkan bahwa kegiatan promosi dalam penjualan dalam hal ini yaitu diskon atau potongan harga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian tidak terencana (Wulan & Sanjaya, 2013). Adanya daya tarik fisik wanita memainkan peranan penting dalam melakukan perilaku sosial. Umumnya, wanita memiliki sikap yang lebih positif terhadap niatan pembelian dari merek-merek mewah dibandingkan laki-laki. Selain itu, bagi konsumen wanita merek-merek mewah memberikan lebih banyak keunikan, status dan nilai (Strokburger et al., 2011). Kesadaran akan merek memiliki hubungan yang signifikan dengan status konsumsi. Artinya wanita yang memiliki kesadaran tentang merek suatu barang memiliki kecenderungan tinggi untuk terlibat dalam melakukan kegiatan belanja (Shandu & Paim, 2016).

Implusive buying akan memberikan berbagai dampak atau kerugian kepada individu maupun lingkungan. Dampak negatif yang dapat dirasakan dari adanya pembelian implusif antara lain; dapat mengalami kesulitan keuangan, kecewa pada produk yang sudah dibeli dan tidak mendapatkan persetujuan dari orang dilingkungan sekitar atas produk yang telah dibeli. Pembelian implusif menggambarkan proses pembelian yang irasional sehingga jika dilihat dari sisi ekonomi dapat menimbulkan adanya masalah keuangan seperti; pemborosan, ketidakefisien biaya, kartu kredit. Selain itu dampak dari pembelian implusif yaitu adanya disposisi sebuah produk, hal tersebut yang berarti pembuangan produk

yang dilakukan oleh konsumen telah berlebihan sehingga lingkungan hidup harus menerima buangan pemakaian produk, bahkan hingga mengganggu konsentrasi dalam melakukan pekerjaan sehari-hari (Raharjo, 2015).

Secara umum *implusive buying* dapat terjadi karena dipengaruhi beberapa faktor. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi *implusive buying* yaitu faktor lingkungan pemasaran yaitu, tampilan dan penawaran produk, faktor variabel situasional yaitu, ketersediaan waktu dan uang. Dimana hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antara program *sales promotion* terhadap *implusive buying* wanita bekerja. Hal ini menunjukkan bahwa wanita khususnya yang memiliki profesi tertentu dalam memutuskan melakukan pembelian secara tidak terencana sedikit banyak dipengaruhi oleh strategi komunikasi pemasaran khususnya promosi (Al Haq, 2015).

Sedangkan faktor internal yang dapat memengaruhi *implusive buying* berupa keadaan mood, identitas diri, kepribadian, dan pengalaman pendidikan. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian yang menyebutkan bahwa kepribadian seseorang memiliki pengaruh terhadap dorongan untuk *implusive buying*, terutama pada dimensi *extraversion, neuroticism and conscientiousness* (Thompson & Prendergast, 2015). Selain itu konsumen yang dalam mood negatif akan lebih aktif untuk dapat menghilangkan perasaan tidak menyenangkan tersebut dengan melakukan *implusive buying*. Emosi merupakan efek dari *mood* yang merupakan faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Sesuai dengan pernyataan tersebut, adanya kontrol diri yang baik menimbulkan perilaku *implusive buying* rendah, sebaliknya apabila kontrol dirinya buruk maka akan cenderung melakukan *implusive buying* (Diba, 2014).

Kondisi *implusive buying* ini menjadi menarik untuk dikaji karena ketika konsumen berada dalam situasi yang rasional, mereka sebenarnya menyadari bahwa proses pembelian yang tidak terencana tersebut di sisi lain dapat merugikan karena dalam kenyataannya barang yang telah mereka beli sebenarnya bukan menjadi prioritas kebutuhan utama. Akan tetapi di satu sisi mereka sebenarnya sadar bahwa membeli tanpa pertimbangan hanya akan membuang uang belanja untuk produk yang tidak penting, namun pada nyatanya sekalipun menyadari adanya kerugian tersebut, masyarakat kerap kali terjebak kembali pada situasi tersebut dan berulang melakukan proses pembelian barang yang bersifat impulsif tanpa pertimbangan kendali rasional yang matang. Dari indikasi yang didapatkan pada fenomena diatas, maka karakteristik perilaku membeli didominasi oleh emosi.

Berdasarkan indikasi diatas, apabila seseorang memiliki kematangan emosi yang baik, maka orang tersebut mampu mengontrol diri untuk tidak melakukan *implusif buying*. Ketika seseorang memiliki kematangan emosi yang baik, maka mereka mampu melakukan kontrol terhadap emosinya dalam menghadapi suatu situasi. Seseorang dikatakan sudah mencapai kematangan emosi apabila pada akhirnya orang tersebut tidak meledakkan emosinya dihadapan orang lain melainkan menunggu saat dan tempat yang lebih tepat untuk mengungkapkan emosinya dengan cara yang lebih dapat diterima. Individu yang telah mencapai kematangan emosi dapat diartikan sebagai individu yang dapat menilai situasi secara kritis terlebih dahulu sebelum bertindak, tidak lagi bereaksi tanpa berpikir sebelumnya

seperti anak-anak atau orang yang tidak matang emosinya (Hurlock, 1996). Individu yang memiliki perkembangan emosi yang baik atau sudah mencapai tingkatan kedewasaannya, akan memiliki tanggung jawab yang baik, dapat berdiri sendiri, tidak mudah frustrasi, dan menghadapi masalah dengan pengertian (Walgito, 2010). Individu memiliki emosi matang hendaknya memiliki kontrol atas dirinya ketika menghadapi masalah dilingkungannya. Ditambahkan pula bahwa terdapat hubungan positif sangat signifikan antara variabel kematangan emosi dengan variabel konformitas pada remaja, artinya semakin tinggi kematangan emosi semakin tinggi konformitas, sebaliknya semakin rendah kematangan emosi semakin rendah konformitas (Rachmawati, 2013). Selain itu adanya kematangan emosi dan religiusitas yang tinggi, maka akan meningkatkan perilaku prososial seseorang. Ini mengandung makna bahwa kematangan emosi dan religiusitas dapat dipakai sebagai dasar untuk memprediksi perilaku prososial (Haryati, 2013). Diketahui juga bahwa terdapat kematangan emosi diantara wanita bekerja dan wanita yang tidak bekerja berbeda. Dimana perempuan yang tidak bekerja memiliki emosi yang cukup stabil sedangkan sebagian besar wanita yang bekerja cenderung tidak stabil (Agrawal & Srivastava, 2016).

Berdasarkan penjelasan di atas dan sesuai dengan fakta ataupun fenomena yang ada maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara kematangan emosi dengan *impulsive buying*. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara kematangan emosi dengan perilaku *impulsive buying* terhadap pada wanita bekerja. Adapun manfaat yang diberikan ialah mampu memberikan kontribusi terlebih pada psikologi industri dan psikologi ekonomi mengenai perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembacanya, tidak hanya sebagai bahan bacaan namun dapat pula dijadikan sebagai referensi dalam penelitian berikutnya.

Pembelian Implusif (*Implusive Buying*)

Implusive buying dapat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk membeli secara spontan, reflektif atau kurang melibatkan adanya pikiran, dan segera. Maksudnya adalah bahwa *implusive buying* terjadi saat calon konsumen berada di toko dan ketika konsumen terangsang oleh stimulus eksternal maupun internal, muncul keinginan mendesak dalam dirinya untuk segera membeli produk tersebut.

Menurut Gasiorowska (2011) *implusive buying* adalah pembelian yang tidak reflektif, sebenarnya tidak diharapkan, terjadi secara spontan, diiringi dengan munculnya keinginan yang mendadak untuk membeli produk-produk tertentu dan dimanifestasikan dalam sebuah reaksi terhadap suatu stimulus dari produk. Sedangkan menurut Engel dan Blackwell (1995) *implusive buying* sebagai pembelian yang dibuat tanpa direncanakan sebelumnya atau keputusan pembelian yang dilakukan pada saat berada didalam toko. Utami (2012) menyatakan bahwa *implusive buying* merupakan pembelian yang terjadi ketika konsumen melihat produk atau merek tertentu, kemudian konsumen menjadi tertarik untuk mendapatkannya. Hal ini biasanya terjadi karena adanya rangsangan. Hal serupa dijelaskan Rook (1987) bahwa *implusive buying* terjadi ketika konsumen mengalami desakan tiba-tiba yang biasanya kuat dan menetap untuk membeli sesuatu dengan segera. Pendapat ini menunjukkan bahwa *implusive buying* merupakan pembelian spontan dan segera, dan hal ini terjadi ketika konsumen mencari-cari sebuah produk dan tidak ada keinginan untuk membeli produk tertentu.

Verplanken dan Herabadi (2001) mendefinisikan *implusive buying* sebagai pembelian yang tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Dorongan emosional tersebut terkait dengan adanya perasaan yang intens yang ditunjukkan dengan melakukan pembelian karena adanya dorongan untuk membeli suatu produk dengan segera, mengabaikan konsekuensi negatif, merasakan kepuasan dan mengalami konflik didalam pemikiran. Pendapat tersebut menunjukkan bahwa *implusive buying* timbul karena adanya rangsangan untuk membeli seketika meskipun tidak ada perencanaan pembelian sebelumnya atau dengan kata lain *implusive buying* terjadi karena adanya keputusan emosional dalam diri individu dan adanya desakan dalam hati untuk membeli (Haq, 2013).

Aspek-aspek *Implusive Buying*

Verplanken & Herabadi (2001) mengemukakan terdapat dua aspek *implusive buying*, yakni aspek kognitif dan aspek afektif. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a. Aspek kognitif

Aspek kognitif yang dimaksudkan adalah kekurangan pada unsur pertimbangan dan unsur perencanaan dalam pembelian yang dilakukan. Hal ini didasari oleh pernyataan (Verplanken & Herabadi, 2001) bahwa pembayaran yang dilakukan mungkin tidak direncanakan atau dipertimbangkan dengan matang untuk berbagai macam alasan, misalnya ketika pembayaran tak terencana tampak tak

direncanakan dalam waktu yang panjang atau dalam kasus pengulangan pembayaran atau kebiasaan pembayaran.

b. Aspek afektif

Aspek afektif meliputi dorongan emosional yang secara serentak meliputi perasaan senang dan gembira setelah membeli tanpa perencanaan (Verplanken & Herabadi, 2001), setelah itu juga secara tiba-tiba muncul perasaan atau hasrat untuk melakukan pembelian berdasarkan keinginan hati, yang sifatnya berkali-kali atau kompulsif, tidak terkontrol, kepuasan, kecewa, dan penyesalan karena telah membelanjakan uang hanya untuk memenuhi keinginannya.

Verplanken dan Herabadi (2001) menyebutkan beberapa faktor yang dapat memicu pembelian impulsif. Faktor-faktor tersebut adalah lingkungan pemasaran (tampilan dan penawaran produk), variabel situasional (ketersediaan waktu dan uang), dan variabel personal (mood, identitas diri, kepribadian, dan pengalaman pendidikan).

Proses Psikologis dalam *Implusive Buying*

Coley (2002) mencoba memetakan perilaku tersebut sebagai suatu konsep perilaku yang dapat dikenali melalui dua elemen, yakni afeksi dan kognisi sebagai berikut:

- a). Proses afeksi, yaitu proses psikologis dalam diri individu ini akan merujuk pada emosi, perasaan maupun suasana hati. Terdiri dari tiga komponen dalam proses afeksi diantaranya:
 1. *Irresistible Urge to Buy*, individu memiliki keinginan yang instan, terus menerus, dan amat sangat memaksa sehingga individu tidak dapat menahan untuk membeli.
 2. *Positive buying emotion*, suatu keadaan dimana individu memiliki perasaan atau suasana hati yang positif yang berasal dari motivasi dalam dirinya sehingga ia melakukan pembelian implusif untuk memuaskan dirinya.
 3. *Mood management*, merupakan suatu keadaan dimana keinginan individu untuk merubah atau penata perasaannya melalui pembelian yang *impulsive*.
- b). Proses kognisi, yaitu proses psikologis yang dialami individu yang merujuk pada struktur dan proses mental dengan meliputi pemikiran, pemahaman dan interpretasi. Proses ini juga terdiri dari tiga komponen, yaitu:
 1. *Cognitive Deliberation*, keadaan dimana individu merasakan adanya suatu desakan untuk bertindak tanpa melakukan pertimbangan akan konsekuensinya.
 2. *Unplanned Buying*, keadaan dimana individu tidak memiliki tujuan atau perencanaan yang jelas dalam melakukan belanja.
 3. *Disregard for the future*, yaitu keadaan dimana individu dalam melakukan pembelian implusif nya tidak menghiraukan keadaan yang akan datang.

Tipe-tipe *Impulsive Buying*

Loudon dan Bitta (1993) mengemukakan terdapat empat tipe pembelian implusif diantaranya: a) *Pure Impulse*, yaitu tipe pembelian impulsif dimana konsumen membeli tanpa pertimbangan, atau dengan kata lain, pembeli tidak membeli

dengan pola yang biasa dilakukan. b) *Suggestion Impulse*, yaitu tipe pembelian impulsif dimana konsumennya tidak mengetahui mengenai suatu produk, tetapi ketika melihat produk tersebut untuk pertama kali, konsumen tetap membelinya karena mungkin memerlukannya. c) *Reminder Impulse*, yaitu tipe pembelian impulsif dimana konsumen melihat suatu produk dan mengingat bahwa mereka membutuhkan produk tersebut dikarenakan persediaan yang berkurang. d) *Planned Impulse*, yaitu tipe pembelian impulsif dimana konsumen memasuki toko dengan harapan dan intensi untuk melakukan transaksi pembelian berdasarkan harga khusus, kupon dan kesukaan.

Karakteristik *Implusive Buying*

Menurut penelitian yang dilakukan Rook (1987) terdapat empat karakteristik *implusive buying*, diantaranya:

- (a) *Spontaneity* (spontanitas), yaitu pembelian yang terjadi secara tak terduga dan memotivasi konsumen untuk membeli sekarang, seringkali karena respon terhadap *stimulasi visual point of sale* (stimulasi visual yang langsung di tempat penjual).
- (b) *Disregard for Consequences* (ketidak peduli akan akibat), yaitu keinginan untuk membeli dapat menjadi tidak dapat ditolak sampai-sampai konsekuensi negatif yang mungkin terjadi diabaikan.
- (c) *Power, Compulsion and Intensity* (kekuatan, kompulsi dan intensitas) yaitu adanya motivasi untuk mengesampingkan hal-hal dan bertindak secepatnya.
- (d) *Excitement and Stimulation* (Kegairahan, Stimulus) yaitu keinginan membeli tiba-tiba ini seringkali diikuti oleh emosi dan dapat menjadi begitu amat sulit untuk ditolak sehingga akibat negatif yang mungkin terjadi diabaikan.

Dengan adanya pemahaman akan karakteristik dari *implusive buying* tersebut, maka apa yang ditampilkan oleh konsumen saat melakukan proses pembelian tersebut pada akhirnya lebih banyak diwarnai oleh bekerjanya variabel emosi atau perasaan yang muncul secara tiba-tiba dalam dirinya dan dilandasi oleh kekuatan dorongan yang muncul.

Kematangan Emosi

Kematangan emosi adalah satu keadaan atau kondisi mencapai tingkat kedewasaan dari perkembangan emosional dan karena itu pribadi yang bersangkutan tidak lagi menampilkan pola emosional yang pantas bagi anak-anak (Chaplin, 2011). Kematangan emosi adalah keadaan emosi yang dimiliki seseorang dimana apabila mendapatkan stimulus emosi tidak menunjukkan gangguan kondisi emosi. Gangguan kondisi emosi yang terjadi tersebut dapat berupa keadaan kebingungan, berkurangnya rasa percaya diri dan terganggunya kesadaran sehingga orang tersebut tidak dapat menggunakan pemikirannya secara efektif dan rasional (Gill, 2015). Kematangan emosi adalah usaha seseorang membuat keseimbangan antara pengekangan emosi yang berlebihan dan ungkapan emosi yang tidak terkendali (Semiun, 2006). Kematangan emosi

adalah kemampuan individu dalam mengendalikan emosi, dapat berpikir secara matang, baik, dan objektif (Walgito, 2010).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa kematangan emosi adalah capaian individu dalam mengontrol emosinya terhadap hal-hal negatif dari lingkungannya secara tepat bijaksana, tidak mudah terpengaruh, dan mampu menyesuaikan diri dengan baik terhadap kondisi lingkungannya.

Ciri-ciri Kematangan Emosi

Menurut Walgito (2004) ada beberapa ciri kematangan emosi, yaitu: a) Realistis, dapat menerima baik keadaan dirinya maupun keadaan orang lain seperti adanya, sesuai dengan keadaan objektifnya. Hal ini terjadi karena seseorang yang lebih matang emosinya dapat berfikir secara lebih baik, dapat berfikir secara obyektif. b) Tidak bersifat implusif, akan merespon stimulus dengan cara berpikir baik, dapat mengatur pikirannya untuk memberikan tanggapan terhadap stimulus yang mengenainya. c) Mampu mengontrol emosi dan mengekspresikan emosinya dengan baik. d) Objektif, yaitu orang yang matang emosinya dapat berpikir secara objektif, maka ia akan mudah bersifat sabar, penuh pengertian, dan pada umumnya cukup mempunyai toleransi yang baik. e) Mempunyai tanggung jawab yang baik, yaitu orang yang matang emosinya akan mempunyai tanggung jawab yang baik, dapat berdiri sendiri, tidak mudah mengalami frustrasi, dan akan menghadapi masalah dengan penuh pengertian.

Menurut Hurlock (1996) hal-hal yang mempengaruhi kematangan emosi adalah a.) Gambaran tentang situasi-situasi yang dapat menimbulkan reaksi emosionalnya. b.) Membicarakan berbagai masalah pribadi dengan orang lain. c.) Lingkungan sosialnya yang dapat menimbulkan perasaan rasa aman dan keterbukaan dalam hubungan social. d.) Latihan fisik yang berat, bermain dan bekerja. e.) Kebiasaan dalam memahami dan menguasai emosi dan nafsunya.

Kematangan Emosi pada Dewasa Awal

Masa dewasa awal dimulai sejak usia 18-40 tahun (Hurlock, 1999). Hurlock juga berpendapat bahwa pada masa dewasa awal merupakan masa ketegangan emosional dimana seseorang mudah merasa bingung dan mengalami keresahan emosional. Pada masa dewasa awal diharapkan individu dapat mencapai kematangan emosi dengan adanya perkembangan dan pembentukan sikap yang baik. Sebagai suatu proses perkembangan, kematangan emosi sulit untuk ditentukan batasan akhirnya. Hal ini disebabkan karena adanya karakteristik manusia yang tidak pernah merasa puas sehingga pada proses pencapaian kematangan emosi dapat dikatakan tidak pernah berhenti.

Hurlock (2002) lebih lanjut menekankan bahwa individu yang memiliki kematangan emosi apabila individu tersebut menilai situasi secara kritis terlebih dahulu sebelum bereaksi secara emosional, tidak lagi bereaksi tanpa berfikir sebelumnya seperti anak-anak atau orang yang belum matang, sehingga akan menimbulkan reaksi emosional yang lebih stabil dan tidak berubah. Jadi dapat dikatakan individu yang matang emosinya memiliki kontrol yang baik, mampu mengekspresikan emosinya dengan tepat atau sesuai dengan keadaan yang dihadapinya, sehingga lebih mampu beradaptasi karena dapat menerima beragam

orang dan situasi dan memberikan reaksi yang tepat sesuai dengan tuntutan yang dihadapi.

Selain itu orang dewasa dikatakan sudah memiliki kematangan emosi apabila ia pada waktu merespon emosinya tidak mudah berubah dari emosi ke emosi yang lain pada saat yang sama, mampu membatasi secukupnya mana hal-hal yang perlu ditanggapi sehingga tidak merespon secara keseluruhan, mampu menilai situasi secara kritis sebelum merespon satu secara emosional kemudian baru menentukan langkah selanjutnya dalam merespon, mampu mengendalikan ekspresi emosional yang tidak diterima oleh masyarakat dengan menyalurkan kekuatan energi fisik dan mentalnya kearah yang dapat diterima oleh masyarakat, mampu menerima dan memberi rasa kasih sayang, kesetiaan dan mempertimbangkan perasaan baik terhadap diri sendiri maupun orang lain (Sanusi, 2003).

Hubungan Kematangan Emosi dengan Impulsive Buying pada Wanita Bekerja

Kematangan emosi merupakan tahapan tercapainya kedewasaan perkembangan emosional individu. Ketika individu tersebut mampu mengendalikan emosi secara terarah dan mampu melihat persoalan secara objektif, maka perilaku yang individu tunjukkan tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain. Individu telah matang emosinya akan diindikasikan telah mencapai kematangan emosinya dengan ciri-ciri dapat menerima baik keadaan dirinya dan orang lain, tidak bersifat implusif, dapat mengendalikan emosinya, dapat berpikir secara objektif, dan dapat bertanggung jawab (Walgitto, 2004). Pendapat tersebut menunjukkan bahwa seseorang yang telah matang emosinya akan lebih tenang tidak tergesa-gesa dalam melakukan sesuatu, menunjukkan perilaku yang baik dan sopan, mampu mengontrol emosinya tidak mudah terpancing emosinya, mempunyai cara-cara untuk mengendalikan emosinya, dan dapat berpikir secara objektif tidak mudah terpengaruh oleh orang lain atau memihak pada salah satu hal yang ia senangi atau membenci hal-hal yang tidak disenangi.

Hal tersebut tentu dapat memudahkan individu untuk melihat dan menghadapi suatu persoalan ataupun hal-hal yang dihadapinya dengan lebih tenang. Misalnya dalam situasi bekerja maupun dalam situasi memilih barang. Dalam hal ini pada wanita bekerja biasanya memiliki penghasilan sendiri, memiliki waktu yang terbatas karena pekerjaannya, memiliki tanggung jawab akan pekerjaan dan tanggung jawab akan pribadinya. Orang yang disibukkan dengan pekerjaannya dan telah matang secara emosional maka ia pasti mampu mengelola kebutuhan-kebutuhan yang ia perlukan, sehingga ia dapat mengatur dan dapat mempertimbangkan banyak hal dengan tenang dan tepat. Sehingga kemudian nantinya ia mampu membeli hal-hal yang penting untuk dibeli.

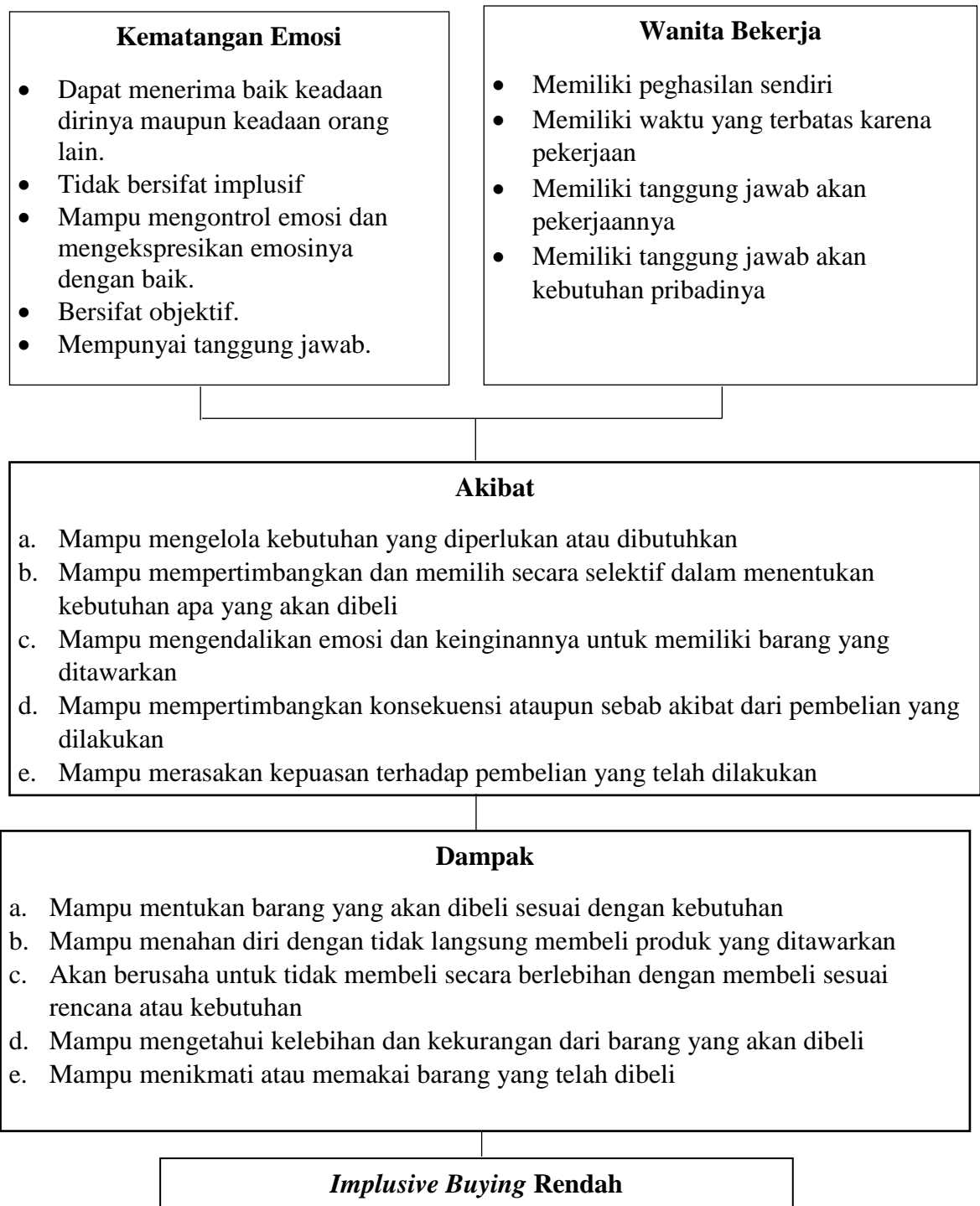
Hal ini memungkinkan individu bisa melihat dan memahami, serta tidak hanya berpikir tentang barang tersebut akan tetapi juga berpikir tentang mengapa ia harus membeli barang tersebut pada akhirnya. Dalam memilih dan membeli barang tentu juga memerlukan pertimbangan-pertimbangan secara matang. Suatu pembelian terkadang disikapi dengan emosional sehingga memungkinkan dapat

terjadinya *implusive buying* yaitu pembelian tidak terencana. Tentu saja hal tersebut itu tidak akan terjadi apabila individu telah mencapai kematangan emosi.

Dengan kata lain, ketika wanita bekerja telah mencapai kematangan emosinya akan dapat menilai situasi secara kritis terlebih dahulu sebelum ia bertindak, sehingga dalam situasi memilih atau membeli suatu barang, maka wanita tersebut akan mampu mengatur perilaku berbelanjanya sesuai dengan kebutuhan bukan hanya untuk memuaskan keinginan mereka. Akibatnya wanita bekerja yang mencapai kematangan emosi selanjutnya akan menghasilkan kondisi yang sesuai dengan harapan individu seperti mampu mengelola kebutuhan yang diperlukan atau dibutuhkan, mampu mempertimbangkan dan memilih secara selektif dalam menentukan kebutuhan apa yang akan dibeli, mampu mengendalikan emosi dan keinginannya untuk memiliki barang yang ditawarkan, mampu mempertimbangkan konsekuensi ataupun sebab akibat dari pembelian yang dilakukan, serta mampu merasakan kepuasan terhadap pembelian yang telah dilakukan.

Kondisi tersebut selanjutnya akan berdampak pula pada kesesuaian bagaimana pengambilan keputusan pembelian, seperti dapat menentukan barang yang akan dibeli sesuai dengan kebutuhan, dapat menahan diri dengan tidak langsung membeli produk yang ditawarkan, berusaha untuk tidak membeli secara berlebihan dengan membeli sesuai rencana atau kebutuhan, mengetahui kelebihan dan kekurangan dari barang yang akan dibeli, serta pada akhirnya individu dapat menikmati atau memakai barang yang telah dibeli. Dampak yang dihasilkan dari adanya kondisi diatas maka akan bermuara pada adanya *implusive buying* yang rendah. Berdasarkan pemaparan diatas mengenai hubungan kematangan emosi dengan *implusive buying* wanita bekerja dapat diasumsikan tercapainya kematangan emosi akan menimbulkan *implusive buying rendah*, sebaliknya apabila kematangan emosinya rendah maka cenderung akan menimbulkan *implusive buying tinggi*.

Kerangka Berpikir



Hipotesa

Terdapat hubungan negatif antara kematangan emosi dengan *impulsive buying* pada wanita bekerja. Dimana semakin matang kematangan emosi maka akan semakin cenderung tidak melakukan *impulsive buying*, begitupun juga sebaliknya.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah rencana atau struktur penelitian yang disusun sedemikian rupa sehingga peneliti akan memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif korelasional antara dua variabel dengan menggunakan analisis untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2015). Secara spesifik penelitian ini ingin mengetahui hubungan antara kematangan emosi dengan *impulsive buying*.

Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah wanita bekerja yang berusia 20-30 tahun. Wanita yang berada dalam rentang usia tersebut rentan melakukan *impulsive buying* (Wood, 1998). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ialah *insidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015). Pemilihan teknik sample ini dikarenakan keterbatasan dana, waktu, dan tenaga. Jumlah sample yang akan digunakan dalam penelitian ini berpedoman pada tabel *Isaac dan Michael* (dalam Sugiyono, 2015) yaitu dipilih taraf kesalahan sebesar 5% sehingga jumlah sample dalam penelitian ini 350 orang. Penentuan jumlah sample ini dikarenakan jumlah populasi yang besar dan tidak terhingga.

Variabel dan Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yakni variabel bebas atau independen (X) dan variabel terikat atau dependen (Y) (Sugiyono, 2015). Dimana variabel (X) adalah kematangan emosi dan variabel (Y) adalah *impulsive buying*.

Variabel (X) atau kematangan emosi adalah capaian individu dalam mengontrol emosinya terhadap hal-hal negatif dari lingkungannya secara tepat bijaksana, tidak mudah terpengaruh, dan mampu menyesuaikan diri dengan baik terhadap kondisi lingkungannya. Instrumen pada variabel kematangan emosi ini menggunakan skala yang disusun berdasarkan ciri-ciri kematangan emosi Walgito (2004) yaitu meliputi dapat menerima keadaan diri dan orang lain apa adanya, tidak bersifat impulsif, dapat mengontrol emosi dan ekspresi emosinya, dapat berpikir objektif, dan memiliki tanggung jawab yang baik. Adapun item untuk skala kematangan emosi terdiri dari item *favorable* dan *unfavorable* dengan jumlah keseluruhan sebanyak 36 item. Contoh dari item skala tersebut adalah “*Saya menerima dengan ikhlas ketika keinginan saya tidak terpenuhi*”.

Variabel (Y) atau *impulsive buying* adalah perilaku membeli secara spontan, tanpa adanya rencana, dan tidak mempertimbangkan segala sesuatu yang menyangkut produk tersebut, dan terjadi karena adanya ketertarikan secara emosional yang mendorong untuk membeli dengan segera. Instrumen pada variabel *impulsive buying* pada penelitian ini juga menggunakan skala yaitu skala yang diadaptasi dan kemudian dikembangkan milik Verplanken & Herabadi (2001) yang berjumlah 20 item berdasarkan aspek *impulsive buying* meliputi aspek kognitif dan

aspek afektif. Berdasarkan aspek kognitif yaitu kegiatan pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan harga suatu produk, kegunaan suatu produk, dan individu tidak melakukan perbandingan produk, terdapat 10 item. Sedangkan berdasarkan aspek afektif yaitu kegiatan pembelian yang dilakukan karena adanya dorongan perasaan untuk segera melakukan pembelian, adanya perasaan kecewa yang muncul setelah melakukan pembelian, dan adanya proses pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan, terdiri dari 10 item. Adapun jumlah item untuk skala *impulsive buying* yang telah dikembangkan oleh peneliti terdiri dari item *favorable* dan *unfavorable* dengan jumlah sebanyak 24 item. Contoh item dari skala tersebut adalah “*Saya langsung membeli barang yang saya sukai, meskipun barang tersebut tidak terlalu saya butuhkan*”.

Skala pada penelitian ini disusun dengan menggunakan skala likert. Skala ini terdiri dari empat kategori jawaban dan nilainya bergerak dari angka 1 sampai dengan 4. Kategori jawaban tersebut ialah: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS), dimana alternatif jawaban-jawaban tersebut harus dipilih salah satu oleh subjek.

Uji coba skala penelitian dilakukan kepada 60 subjek dengan karakteristik yang sama dengan subjek penelitian. Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui validitas butir item pada kedua skala penelitian. Adapun analisa uji statistic menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 21 diperoleh nilai validitas dan reabilitas seperti pada tabel 1.

Tabel 1. Indeks Validitas dan Reabilitas Skala Penelitian

Skala	Jumlah Item Valid	Jumlah Item Gugur	Indeks Validitas	Indeks Reliabilitas
Kematangan Emosi	18	18	0,300-0,663	0,861
Impulsive Buying	18	6	0,320-0,666	0,878

Berdasarkan hasil *tryout* pada skala kematangan emosi dari 36 item terdapat 18 item yang valid dimana indeks validitas bergerak antara 0,300-0,663. Reabilitas skala diketahui berdasarkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,861. Berdasarkan hal tersebut diketahui 18 item pada skala kematangan emosi gugur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen kematangan emosi dan *impulsive buying* yang digunakan untuk penelitian adalah reliabel karena telah memenuhi syarat, yaitu nilai *cronbach's alpha* >0,6 atau 60% (Arikunto, 1992). Sedangkan pada skala *impulsive buying* terdiri dari 24 item, dimana terdapat 18 item yang valid dengan indeks validitas bergerak antara 0,320-0,666. Reabilitas skala diketahui dari nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,878. Berdasarkan hasil tersebut diketahui 6 item pada skala *impulsive buying* yang gugur.

Prosedur dan Analisa Data

Prosedur penelitian ini terdiri dari tiga tahap yaitu tahap pertama persiapan, tahap persiapan ini dimulai peneliti dengan melakukan pendalaman materi dan menyusun instrument penelitian dengan membuat skala kematangan emosi berdasarkan ciri-ciri kematangan emosi Walgito (2004), sedangkan pada skala *implusive buying* diadaptasi kemudian dikembangkan berdasarkan skala *implusive buying* menurut teori milik Verplanken & Herabadi (2001) yang berjumlah 20 item kemudian dikembangkan menjadi 24 item berdasarkan aspek kognitif dan afektif. Selanjutnya setelah instrument penelitian selesai dibuat, peneliti melakukan uji coba (*tryout*) dengan menyebarkan lembar skala kepada 60 orang responden untuk memenuhi butir soal yang memenuhi kriteria. Setelah kedua instrument penelitian di uji coba dan memenuhi kriteria, kemudian peneliti mencetak atau memperbanyak skala kedua variabel dalam format *hardcopy* untuk digunakan dalam tahap pelaksanaan.

Tahap kedua adalah pelaksanaan, setelah peneliti melakukan uji coba maka selanjutnya peneliti melaksanakan penelitian dengan membagikan skala yang telah diperbaharui kepada responden wanita yang telah bekerja. Penelitian dilakukan kepada 350 responden wanita bekerja pada 25 juli 2017 hingga 16 September 2017. Lamanya waktu pengambilan data atau penelitian dikarenakan banyaknya subjek penelitian yang dibutuhkan serta adanya kesibukan responden karena hal pekerjaan, maka peneliti mengalami kesulitan untuk menyebarkan skala penelitian.

Tahap ketiga yaitu tahap analisa data, yaitu tahap dimana data yang telah terkumpul kemudian di input dan diolah menggunakan program *Statistic Product and Service Solution* (SPSS) versi 21. Kemudian data dianalisis menggunakan metode analisis korelasi *Product Moment Pearson* yaitu alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesa ada atau tidaknya hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Selain itu, untuk menyatakan besarnya sumbangan variabel satu terhadap yang lainnya yang dinyatakan dalam persen. Selanjutnya peneliti melakukan interpretasi data mencakup upaya memperoleh arti dan makna yang mendalam terhadap hasil penelitian yang sedang dilakukan.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penyebaran skala yang dilakukan oleh peneliti diperoleh data sebanyak 350 skala penelitian. Berdasarkan hal tersebut diketahui gambaran mengenai data demografi mengenai subjek yang akan dijelaskan pada tabel 1:

Tabel 2. Deskripsi Subjek

KATEGORI	FREKUENSI	PRESENTASE (%)
Jenis Pekerjaan		
Karyawan swasta	206	58,6%
PNS	20	5,71%
Pegawai	8	2,29%
Freelance	11	3,14%
Medis	12	3,42%
BUMN	17	4,86%
Pekerja honorer	16	4,57%
Wirausaha	55	15,71%
Pekerja seni	5	1,43%
Gaji Minimum		
< 1.500.000	80	22,86%
1.500.000 – 2.500.000	132	37,71%
2.500.000 – 3.500.000	77	22%
> 3.500.000	61	17,43%
Status		
Sudah menikah	122	34,9%
Belum menikah	228	65,1%
Jenis Pembelian		
Online Shop	53	15,1%
Offline	130	37,1%
Online dan Offline	167	47,7%

Berdasarkan tabel 2 dapat dideskripsikan bahwa subjek dengan jenis pekerjaan sebagai karyawan swasta mendominasi dalam penelitian, yaitu sebanyak 206 orang (58,6%). Penelitian ini didominasi dengan subjek yang memiliki gaji minimum sebesar < 1.500.000 hingga > 2.500.000 yaitu 132 orang (37,71%). Secara umum penelitian ini didominasi oleh subjek dengan status belum menikah yaitu sebanyak 228 orang (65,1%). Kemudian jenis pembelian yang mendominasi dalam penelitian yaitu pembelian secara online shop dan offline sebanyak 167 orang (47,7%).

Tabel 3. Deskripsi Distribusi Skala Kematangan Emosi dan *Impulsive Buying*

Variabel	Kategori				Total
	Tinggi		Rendah		
	F	%	F	%	
Kematangan Emosi	157	44,9	193	55,1	100
Impulsive Buying	163	46,6	187	53,4	100

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui subjek sebanyak 193 orang (55,1%) memiliki kematangan emosi yang rendah mendominasi dalam penelitian. Sedangkan pada variabel *implusive buying* yang rendah mendominasi penelitian diketahui sebanyak 187 orang (53,4%).

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Sminov Test

Kolmogorov-Smirnov Test	Kematangan Emosi	Implusive Buying
Sig. (2-tailed)	0,080	0,207

Berdasarkan hasil uji normalitas data yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 21 dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (K-S) diperoleh hasil probabilitas kematangan emosi sebesar 0,080 dan *implusive buying* sebesar 0,207. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ($\alpha > 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa data kedua variabel berdistribusi normal. Berdasarkan dari hasil uji normalitas tersebut maka dapat dilakukan analisa data dengan analisa statistika parametrik yaitu uji korelasi *Product Moment Pearson*.

Uji Korelasi *Product Moment Pearson*

Tabel 5. Hasil Korelasi Kematangan Emosi dan *Implusive Buying*

Koefisien Korelasi	Indeks Analisis
Koefisien korelasi (r)	-0,471
Koefisien determinasi (r^2)	0,222
Taraf kesalahan	0,01 (1%)
p (nilai signifikan)	0,000

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan menggunakan Uji Korelasi *Product Moment Pearson*, didapatkan hasil ($r = -0,471$; $p = 0,000$), yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan dengan arah negatif antara kematangan emosi dengan *implusive buying* pada wanita bekerja dengan taraf kesalahan 1%. Hal ini berarti semakin tinggi kematangan emosi pada wanita bekerja maka semakin rendah pula kecenderungan untuk melakukan *implusive buying*. Begitupula sebaliknya, semakin rendah kematangan emosi pada wanita bekerja, maka semakin tinggi kecenderungan untuk melakukan *implusive buying*. Berdasarkan tabel koefisien determinasi (r^2) menunjukkan bahwa kontribusi kematangan emosi terhadap *implusive buying* sebanyak 22,2% yang artinya terdapat 77,8% faktor lain yang dapat mempengaruhi *implusive buying*.

DISKUSI

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka ditemukan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kematangan emosi dengan *implusive buying* pada wanita bekerja. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi $-0,471$ dengan nilai signifikan $= 0,000 < 0,01$ yang berarti bahwa semakin matang kematangan emosi maka akan semakin cenderung rendah melakukan *implusive buying*. Begitupun sebaliknya, semakin kurang matang kematangan emosi pada wanita bekerja, maka semakin tinggi kecenderungan untuk melakukan *implusive buying*. Oleh karena itu, maka hipotesis pada penelitian ini diterima. Dalam penelitian ini terbukti bahwa kematangan emosi mempunyai kontribusi pada kecenderungan *implusive buying* wanita bekerja. Kematangan emosi merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan emosinya, serta dapat berpikir secara matang, baik dan objektif dalam menghadapi suatu masalah (Walgito, 2004). Ketika individu memiliki kematangan emosi yang tinggi maka individu akan mampu mengontrol diri sendiri terhadap hal-hal negatif dari lingkungannya secara tepat bijaksana, tidak mudah terpengaruh, dan mampu menyesuaikan diri dengan baik terhadap kondisi lingkungannya, mampu mengekspresikan emosi dengan tepat atau sesuai dengan keadaan yang dihadapinya, sehingga lebih mampu beradaptasi karena dapat menerima beragam orang dan situasi dan memberikan reaksi yang tepat sesuai dengan tuntutan yang dihadapi (Hurlock, 2002).

Wanita bekerja yang memiliki kematangan emosi yang tinggi, akan memiliki tanggung jawab yang baik, dapat berdiri sendiri, tidak mudah frustrasi, dan menghadapi masalah dengan penuh pengertian (Walgito, 2010). Kematangan emosi telah memberikan pengertian yang mendalam tentang bagaimana seseorang yang telah matang emosinya akan lebih tenang dan tidak mudah tergesa-gesa dalam melakukan suatu hal ataupun dalam mengambil sebuah keputusan. Pernyataan tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan Peilouw & Nursalim (2013) bahwa kematangan emosi memiliki hubungan dengan pengambilan keputusan. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa kematangan emosi dapat memberikan kontribusi positif pada pengambilan keputusan, jadi semakin tinggi kematangan emosi, maka semakin tinggi pula kemampuan pengambilan keputusan.

Sebagai wanita yang telah bekerja, seharusnya memiliki tanggung jawab yang lebih baik dalam hal pekerjaan maupun dalam mengurus kebutuhan pribadinya. Terlebih pada wanita yang telah bekerja salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kematangan emosinya adalah usia. Dimana pada masa dewasa yang dimulai sejak usia 18-40 tahun, individu melakukan penyesuaian diri secara mandiri terhadap kehidupan dan harapan sosial. Pada awal atau pertengahan usia tiga puluhan kebanyakan orang telah mampu menentukan masalah-masalah mereka dengan cukup baik sehingga menjadi cukup stabil dan matang secara emosinya, apabila hal ini belum tercapai maka merupakan tanda orang tersebut belum matang secara emosional. Berkaitan dengan hal tersebut, pengambilan keputusan pada wanita bekerja biasanya terjadi dalam hal situasi bekerja maupun dalam situasi memilih barang ketika berbelanja. Dapat dipahami bahwa

kematangan emosi merupakan suatu sikap yang penting yang harus dimiliki oleh setiap wanita bekerja, karena dengan adanya kematangan emosi yang tinggi diharapkan para wanita bekerja dapat berfikir lebih rasional dalam pengambilan keputusan pembelian maupun dalam merespon sesuatu. Dimana ketika wanita telah mencapai kematangan emosi maka dalam mengambil sebuah keputusan ia akan mampu mengatur dan mempertimbangkan banyak hal dengan tepat dan bijaksana, sehingga kemudian nantinya ia akan mampu membeli hal-hal atau barang yang penting untuk dibeli. Hal tersebut dapat terjadi karena peran emosi atau afeksi kita sangat besar dalam membantu memberikan pertimbangan lebih dalam lagi saat memutuskan untuk membeli sesuatu (Sutisna, 2003).

Kematangan emosi akan memberikan pengaruh terhadap sikap dan perilaku individu dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang atau berbelanja. Pada saat ini individu sering bersifat spontan serta ingin cepat memutuskan untuk langsung membeli barang-barang yang dianggap dibutuhkan. Padahal perilaku membeli yang ditampilkan belum tentu dilandasi oleh adanya kebutuhan tersebut sehingga apa yang diputuskan menjadi tidak efektif atau tidak tepat sasaran. Dalam hal ini ketika wanita bekerja tidak dapat mengontrol emosi dan tidak melakukan pertimbangan-pertimbangan secara matang sebelum melakukan pembelian maka nantinya akan menimbulkan pembelian tidak terencana. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa kondisi emosi memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap *impulse buying* atau pembelian tidak terencana (Winantri, 2016). Wanita bekerja yang memiliki kecenderungan *implusive buying* rendah maka ia akan dapat menilai situasi secara kritis terlebih dahulu sebelum ia mengambil tindakan, sehingga nantinya dalam memilih atau membeli suatu barang maka wanita tersebut akan mampu mengatur perilakunya dalam berbelanja sesuai dengan kebutuhannya bukan hanya untuk memenuhi keinginan. Adanya hal tersebut akan menghasilkan kondisi yang sesuai dengan harapan-harapan individu seperti mampu mengelola keuangan dan kebutuhan yang diperlukan serta mampu mempertimbangkan dan memilih secara selektif dalam menentukan kebutuhan apa yang akan dibeli, sehingga akan menghasilkan rasa kepuasan terhadap pembelian yang dilakukan. Hal ini didukung oleh penelitian Larasati & Budiani (2014) yang menyatakan adanya kontrol dalam diri berarti kecenderungan individu dalam *implusive buying* semakin rendah.

Sementara itu *implusive buying* merupakan pembelian yang tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional serta perasaan senang dan bergairah. Hal ini bermakna bahwa jika seseorang berbelanja mengalami perasaan senang yang relatif tinggi, maka ia lebih mudah untuk meluangkan waktu lebih banyak dipusat perbelanjaan dan lebih berkeinginan untuk melakukan pembelian yang sebelumnya tidak direncanakan (Babin & Darden, 1994). Tindakan pembelian yang dilakukan berdasarkan implusif dapat mencerminkan suatu jenis perilaku yang berbeda secara psikologis (Engel, Blackwell & Miniard, 1995:202). *Implusive buying* disebabkan oleh banyak hal, misalnya ketidak mampuan

individu dalam menahan diri setelah melihat produk yang ditawarkan baik online maupun offline. Akibatnya individu itu akan membeli barang tersebut yang belum tentu sangat dibutuhkan dan hal ini terjadi diluar anggaran yang direncanakan, sehingga individu harus mengeluarkan uang untuk belanja jauh diatas pendapatan individu tersebut. Gambaran diatas menggambarkan mengenai adanya keterkaitan dari kedua variabel yang tercermin dari hasil uji signifikansi antara keduanya. Bila melihat data hasil penelitian, maka sebagian besar menggambarkan apa yang diuraikan di atas. Kematangan emosi pada hasil penelitan ini termasuk kategori rendah. Hal ini dapat dipahami berdasarkan penjelasan Kartono (2004) bahwa orang dewasa muda termasuk dalam masa transisi, baik transisi secara fisik, intelektual, serta transisi peran sosial. Karena masa dewasa awal merupakan masa transisi dari masa remaja akhir, sehingga masih ada beberapa sifat remaja yang masih muncul.

Merujuk pada data demografi, data yang tersedia antaranya usia, status pernikahan, dan penghasilan. Sebaran data demografi menjadi menarik untuk dipaparkan, sejalan dengan konsep teori yang menjelaskan mengenai faktor-faktor demografi sebagai salah satu faktor karakteristik konsumen yang memengaruhi munculnya perilaku *implusive buying* (Loudon & Bitta, 1993). Berdasarkan data demografi usia diketahui bahwa subjek penelitian ini berusia antara 20-30 tahun, dimana berdasarkan hasil penelitian *implusive buying* pada subjek dalam penelitian ini termasuk dalam kategori rendah. Hal ini berbanding terbalik dengan pernyataan Wood (1998) bahwa usia 18-39 adalah usia yang rentan pada pembelian impulsif. Selain itu terdapat hasil penelitian yang menyatakan bahwa individu yang berada pada usia kurang dari 35 tahun lebih cenderung melakukan *implusive buying* (Semuel, 2009). Namun, berdasarkan hasil penelitian menurut Widawati (2011), menunjukkan bahwa individu yang berusia di atas 42 tahun memiliki kecenderungan melakukan perilaku *implusive buying* yang tinggi dibandingkan dengan individu yang berusia di bawah 42 tahun. Hal ini dapat terjadi mengingat pada masa usia ini manusia memiliki kebutuhan untuk menampilkan eksistensi. Dengan adanya status sosial dan keadaan ekonomi yang mapan maka akan memberikan peluang untuk dengan mudah melakukan *implusive buying*. Aspek lain terkait dengan kebutuhan yang tinggi dan bervariasi yang menjadi sumber munculnya *implusive buying* tinggi adalah status pernikahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subjek dengan status belum menikah lebih tinggi dalam melakukan *implusive buying*. Hal tersebut dapat terjadi karena subjek yang telah menikah memiliki beban keluarga yang lebih berat dibandingkan individu yang belum menikah, sehingga mereka akan lebih memperhitungkan keadaan keuangan mereka (Santrock, 2012).

Sekalipun hasil penelitian masih menunjukkan lebih banyak subjek yang memiliki kematangan emosi dan kecenderungan *implusive buying* rendah, namun juga perlu menjadi perhatian mengingat sebagian besar subjek penelitian lainnya masih tergolong konsumen yang memiliki kematangan emosi dan kecenderungan *implusive buying* tinggi. Berdasarkan data penelitian juga dapat diketahui bahwa subjek dalam penelitian sebesar 196 orang sering melakukan belanja mendesak. Hal ini dapat terjadi karena beberapa alasan subjek yang menyebutkan bahwa mereka berbelanja karena adanya diskon, untuk memenuhi nafsu atau keinginan

semata, serta untuk menghilangkan stress. Situasi tersebut dipermudah pula oleh adanya kemudahan dalam melakukan pembelian yaitu jenis pembelian secara online maupun secara offline. Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa subjek sering kali melakukan pembelian dengan jenis pembelian baik secara online maupun offline. Hal ini dipilih karena sebagian subjek menyatakan bahwa berbelanja secara online maupun online lebih mudah dan praktis. Dalam hal ini mengartikan bahwa ketika berbelanja online subjek merasakan kemudahan dalam hal mendapatkan informasi mengenai produk tersebut serta dapan disesuaikan dengan situasi dan kebutuhan pada saat itu. Pernyataan ini di dukung oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa berbelanja online karena dapat melihat produk secara langsung dan memudahkan untuk mendapatkan informasi terkait produk tersebut dan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang produk tersebut. Hal ini didukung juga oleh dengan temuan Alba et al. (1997) menyebutkan itu dengan adanya internet meningkatkan ketersediaan informasi produk.

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa kematangan emosi memiliki sumbangan efektif atau kontribusi sebesar 22,2% terhadap kecenderungan *implusive buying* pada wanita bekerja. Hasil tersebut menunjukkan bahwa 77,8% faktor lain yang dapat mempengaruhi kecenderungan *implusive buying* pada wanita bekerja, seperti adanya diskon, *self monitoring*, dan *locus of control*. Menurut Denden (2011) adanya diskon dan layanan khusus akan meningkatkan keinginan individu untuk berbelanja, baik berbelanja pakaian, aksesoris, dan lain sebagainya dengan tujuan untuk mengikuti perkembangan mode, menaikkan derajat sosial, dan alasan lainnya yang dirasa kurang penting. Selain itu faktor lain yang mempengaruhi *implusive buying* adalah *self monitoring*. Hasil penelitian Anin & Atamimi (2008) menunjukkan bahwa individu dengan *self monitoring* tinggi cenderung lebih responsif terhadap adanya *cue* sosialnya. Dimana individu tersebut akan lebih ermat dalam mempelajari iklan dan televisi yang bersifat sugesti dan teman-teman sebayanya sehingga hal tersebut akan mendorong individu melakukan *implusive buying*. Lebih lanjut, Hardanis & Rositawati (2015) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan anantara *locus of control* dengan *impulse buying*, dimana semakin internal *locus of control* maka akan semakin rendah untuk melakukan *impulse buying*. Hal ini menunjukkan individu dengan locus of control internal lebih selektif dalam merespon stimulus dari luar dirinya, mampu menunda kepuasan dak tidak mudah terpengaruhi, mampu menahan keinginan, serta lebih tahan terhadap pengaruh sosial.

KESIMPULAN & IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis penelitian diterima, dimana terdapat hubungan negatif dan signifikan antara kematangan emosi dengan *impulsive buying* pada wanita bekerja ($r=-0,471$; $p=0,000 < 0,01$). Hasil tersebut dapat diartikan bahwa semakin matang kematangan emosi maka akan semakin rendah kecenderungan untuk melakukan *impulsive buying*, begitupun juga sebaliknya.

Implikasi dari penelitian ini meliputi:

1. Bagi wanita bekerja

Dari hasil penelitian, adanya kematangan emosi dapat mendorong diri untuk menjadi lebih matang dalam mengendalikan emosi secara terarah dan mampu melihat persoalan secara objektif serta menumbuhkan rasa tanggung jawab terhadap pengambilan keputusan dalam hal berbelanja. Hal ini dapat membuat wanita terhindar dari kecenderungan *impulsive buying* apabila mampu mengelola serta mempertimbangkan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan. Sehingga nantinya wanita akan mampu menentukan barang yang akan dibeli sesuai dengan kebutuhan dan merasa puas terhadap barang yang telah dibeli.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini mampu memberikan referensi, inspirasi dan wawasan bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian serupa dengan sudut pandang yang berbeda, ataupun dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel lain seperti status sosial, kepribadian, gaya hidup, dan lainnya. Selain itu dapat menggunakan subjek yang lebih lebih spesifik misalnya dengan subjek wanita bekerja yang sudah menikah atau subjek lainnya yang dapat diperoleh hasil yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, P., & Srivastava, A. (2016). A study on emotional maturity and self esteem among working and non-working women: a comparative study. *Int. J. of Multidisciplinary and Current research*, 4.
- Alba, J., Lynch, J., Weitz, B., Janiszewski, C., Lutz, R., Sawyer, A., et al. (1997). Interactive home shopping: Consumer, retailer, and manufacturer incentives to participate in electronic marketplaces. *Journal of Marketing*, 61(3), 38–53.
- Al Haq, A. (2015). Pengaruh sales promotion terhadap perilaku pembelian secara impulse buying wanita bekerja pada matahari department store plaza citra pekanbaru. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 89-109.
- Anin, A., Rasimin, B. S., & Atamimi, N. (2008). Hubungan self monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja. *Jurnal Psikologi* 35.2 (2008): 181-193.
- Ariani (2015). *Berbelanja (benar) itu menyenangkan*. Di akses pada tanggal 3 maret 2017 dari: <http://infoklasika.print.kompas.com/berbelanja-benar-itu-menyenangkan/>.
- Arikunto, S. (1992). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Babin B.J.,and Darden,W.R.,1995,Consumer Self-Regulation in a Retail Environment, *Journal of Retailing*,71:47-70.
- Chaplin. 2011. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Coley, A. L. (2002). *Affective and cognitive processes involved in impulsive buying*, thesis, University of Georgia.
- Denden, D. S. (2011). *Konsumerisme, Penyakit di Akhir Tahun*. Diakses tanggal 4 oktober 2017 dari: http://sdmuhcc.net/elearning/aridata_web/how/k/konsumen/ Konsumerisme .pdf
- Diba, D. S. (2014). Peranan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja berdasarkan perbedaan jenis kelamin di samarinda. *eJournal Psikologi*. 1 (3): 313-323.
- Engel, J.E, Blackwell, R.D & Miniard, P.W. (1995). *Perilaku Konsumen*, Edisi keenam, Jilid dua. Alih Bahasa: Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gasiorowska, A, Zaleskiewicz, T., & Wygrab, S. (2012). Would you do something for me? The effects of money activation on social preferences and social behavior in young children. *Journal of Economic Psychology*, 33, 603-608.
- Gill, S. B. D. (2015). Emotional intelligence in relation to emotional maturity and emotional competence of secondary school student. *Global Journal of Multidisciplinnary Studies*, 4 (6).

- Hardanis, G. M., & Rositawati, S. (2015). Hubungan locus of control dengan impulse buying pembelian online. *Jurnal Psikologi. Prosiding Penelitian SPeSIA*.
- Haq, A.A. (2013). Pengaruh sales promotion terhadap perilaku *implusive buying* wanita bekerja pada matahari department store plaza citra pekanbaru. *Jurnal jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik*. Universitas Riau: Pekanbaru.
- Haryati, T. D. (2013). Kematangan emosi, religiusitas dan perilaku prososial perawat di rumah sakit. *PERSONA*, 2(2).
- Henrietta, P. (2012). Impulsive buying pada dewasa awal di yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2), 6.
- Hurlock, E. B. 1996. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Alih Bahasa Istiwidayanti dkk)*. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E.B. (2000). *Psikologi perkembangan, suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan* (edisi 5). Jakarta: Erlangga.
- Jain, R. (2016). Impulse buying Behaviour amongst Working Women-with Respect to the city of Ahmedabad. *International Journal of Innovative Science, Engineering & Trchonology*, 3(1), 323-335.
- Kartono, K. 2004. *Psikologi Wanita*. Jilid 2. Jakarta: Ronir Jaya.
- Larasati, M.A & Budiani, M. S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Jurnal Character*. Vol. 02. Nomor 3 tahun 2014.
- Loudon, D.L. & Bitta, A.J. (1993). *Consumer behavior: Concept and application*. Ed. 4. Singapore: McGraw-Hill.
- Ma'ruf, B., (2006). *Manajemen Ritel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nadeem, H., Akmal, M., Omar, S., & Mumtaz, A. (2016). Impact of gender, education and age on impulsive buying: moderating role of consumer emotional intelligence. *International Journal of Transformation in Operational & Marketing Management*, 2(1).
- Papalia, D. E., Olds, S. W., Feldman, R. D. (2009). *Human Development: Perkembangan Manusia (Edisi 10, Buku 2)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Peilouw, F. J., & Nursalim, M. (2013). Hubungan Antara Pengambilan Keputusan Dengan Kematangan Emosi dan Self-Efficacy Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 1.
- Rachmawati, F. (2013). Hubungan kematangan emosi dengan konformitas pada remaja. *EMPATHY Jurnal Fakultas Psikologi*, 2(1).
- Raharjo, Budi. (2015). *Mendadak Hemat Saat Kepepet*. Jakarta: Trans Media.
- Rook, D.W., (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*. Vol 14.
- Sandhu, S. K., & Paim, L. B. (2016). Consuming for status among Malaysian working women. *Journal of Emerging Economies & Islamic Research*, 4(3).

- Sanusi, A. (2003). *Metode Penelitian Praktis*. Jakarta: Buntara Media.
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development (Perkembangan Masa Hidup)*. Edisi Ketigabelas Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, Leon G. And Leslie L. Kanuk. (2000). *Consumer Behavior*. Fifth Edition Prentice Hall Inc. New Jersey.
- Semiun, Y. (2006). *Kesehatan Mental 1*. Yogyakarta: Kanisius.
- Semuel, H., Kosasih, A. V., & Novia, H. (2009). Perilaku dan keputusan pembelian konsumen restoran melalui stimulus 50% Discount di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2).
- Stokburger-Sauer, N. E., & Teichmann, K. (2011). Is luxury just a female thing? The role of gender in luxury brand consumption. *Journal of Business Research*, 66(7), 889-896.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian. Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Thithanh, Bui. (2015). Consuming and purchasing trend: women in their 20s in Ho Chi Minh City. Di akses pada tanggal 10 maret 2017 dari: https://www.intage.co.jp/english/asia_insight/20150306.html#.WMT-038dZ_k
- Thompson, E. R., & Prendergast, G. P. (2015). The influence of trait affect and the five-factor personality model on impulse buying. *Personality and Individual Differences*, 76, 216-221.
- Tifferet, S., & Herstein, R. (2012). Gender differences in brand commitment, impulse buying, and hedonic consumption. *Journal of Product & Brand Management* 21/3.
- Tinarbuko, S. (2006). *Pola Hidup Konsumtif Masyarakat Yogya*. Jakarta: Kompas.
- Verplanken, B. & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: feeling and no thingking. *European Journal of Personality*. 15, 871-883.
- Walgito, B. (2004). *Pengantar psikologi umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Walgito, B. (2010). *Bimbingan dan Konseling dalam Perkawinan*: Jogjakarta: Andi Offset.
- Widawati, L. (2011). Analisis perilaku “impulse buying” dan “locus of control” pada konsumen di carrefour Bandung. *MIMBAR, Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 27(2), 125-132.
- Winantri, N. N., Haris, I. A., & Nuridja, I. M. (2016). Pengaruh kondisi emosi dan store atmosphere terhadap impulse buying di indomaret cabang desa tampaksiring tahun 2016. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 7(2).

- Wood, M. (1998). Socioeconomic status, delay og gratification, and impulse buying. *Journal of Economic Psychology*, 19 (3), 295-320.
- Wulan Gitaningmamba, A. D. H. Y. T. A., & Sanjaya, S. (2013). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Toko Lois Jeans Kota Kasablanka Periode Januari-Maret 2013)*. Doctoral Dissertation, Binus.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Skala Try Out



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang,

Jawa Timur 65144



Kepada Yth. Responden

Assalamualaikum wr.wb

Saya Putri Sarah (201310230311238), mahasiswa semester akhir Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi). Dalam penelitian ini, saya harus memenuhi kewajiban untuk melakukan pengambilan data primer (langsung dari responden) yang dipergunakan untuk melakukan pengujian hipotesis. Dalam memenuhi kewajiban tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/ibu/saudara untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Sebagai peneliti, saya terikat dalam kode etik Psikologi yang menyatakan bahwa saya berkewajiban menjaga kerahasiaan data responden dan hanya berhak menggunakan data untuk kepentingan penelitian. Data yang telah diberikan tidak ada kaitanya dengan kredibilitas dan penilaian kinerja Bapak/ibu/saudara dalam institusi.

Selanjutnya Bapak/ibu/saudara sebagai responden dimohon untuk mengisi skala yang telah saya sediakan, akurasi dan kredibilitas hasil penelitian akan sangat bergantung pada keseriusan dan kesungguhan Bapak/ibu/saudara dalam memberikan data/informasi sesuai dengan kenyataan yang ada pada ibu/saudara. Sebelum dan sesudahnya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Peneliti,

PutriSarah

IDENTITAS DIRI

Untuk mengetahui profil responden yang ada di dalam penelitian ini, saya membutuhkan informasi Anda sebagai berikut.

Nama / Inisial :

Usia : tahun

Pekerjaan Anda saat ini :

Gaji minimum : /bulan

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda **ceklist** (✓) pada salah satu dari 4 kotak jawaban yang Anda anggap paling menggambarkan kondisi Anda. Apabila Anda ingin mengganti jawaban, beri tanda (=) pada jawaban sebelumnya, kemudian berilah tanda (✓) pada jawaban yang baru.

Contoh:

Pernyataan	SS	S	TS	STS
Saya lebih mengutamakan menabung daripada berbelanja		✓		

Keterangan:

1. Sangat setuju (SS)

2. Setuju (S)

3. Tidak setuju (TS)

4. Sangat tidak setuju (STS)

SKALA I

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya akan menerima dengan ikhlas ketika keinginan saya tidak terpenuhi				
2	Saya memikirkan terlebih dahulu tindakan yang akan saya lakukan				
3	Saya dapat menyembunyikan kesedihan saya didepan orang lain				
4	Saya berusaha bangkit dari kegagalan, karena kegagalan adalah kunci menuju kesuksesan				
5	Saya siap mengakui kesalahan saya dengan jujur dan tidak akan mengulangnya kembali				
6	Saya mudah putus asa dan meyerah ketika saya mengalami kegagalan				
7	Saya lebih mementingkan perasaan saya daripada saran yang diberikan oleh orang lain				
8	Saya mudah melampiaskan kemarahan pada orang disekitar saya				
9	Saya akan marah kepada teman yang datang tidak tepat waktu, meskipun dengan alasan tertentu				
10	Ketika berbuat salah, saya sulit meminta maaf terlebih dahulu pada orang lain				
11	Saya menerima hidup saya sebagai ketentuan Tuhan				
12	Saya memikirkan terlebih dahulu apa yang akan saya katakan				
13	Saya mampu bersikap sopan ketika berhadapan dengan orang yang pernah menyakiti saya				
14	Saya melihat suatu permasalahan tidak hanya dari satu sudut pandang saja				
15	Saya siap menanggung resiko dari setiap tindakan yang saya lakukan				
16	Saya tidak merasa percaya diri dengan kekurangan yang saya miliki				
17	Saya cenderung tidak konsisten dalam mengambil sebuah keputusan				
18	Saya mudah tersinggung jika ada orang lain yang membicarakan saya				
19	Saya sulit berfikir positif ketika saya menghadapi suatu masalah				
20	Saya cenderung sulit untuk menyelesaikan pekerjaan yang tidak saya senangi				
21	Menjadi diri sendiri membuat saya lebih nyaman				
22	Saya adalah orang yang mendahulukan logika daripada perasaan				
23	Ketika marah saya selalu mengalihkan perhatian				

	pada hal lainnya				
24	Saya menghargai pendapat orang lain yang berbeda dengan saya				
25	Saya tidak akan mengecewakan orang yang telah memberi kepercayaan kepada saya				
26	Saya selalu merasa kurang dengan apa yang saya miliki				
27	Saya yakin dapat meraih cita-cita dengan kemampuan yang saya miliki				
28	Saya mengikuti saran orang lain, apabila hal tersebut saya rasa baik				
29	Saya akan mencari waktu yang tepat untuk meluapkan kemarahan saya				
30	Saya akan berusaha menyelesaikan kewajiban/tugas saya, meski hal tersebut menguras tenaga, waktu, dan pikiran saya				
31	Saya tidak dapat memahami perasaan teman saya ketika ada masalah				
32	Saya tidak dapat menerima pendapat orang lain yang berbeda dengan pendapat saya				
33	Saya bersyukur dengan yang saya raih, meskipun tidak sukses orang lain				
34	Saya ikut merasa senang dengan keberhasilan orang lain				
35	Saya menolak ajakan teman yang tidak bermanfaat bagi saya				
36	Ketika marah saya berusaha mengendalikan cara bicara saya terhadap orang lain				

SKALA II

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya langsung membeli barang yang saya sukai, meskipun barang tersebut tidak terlalu saya butuhkan				
2	Saya tidak membuat perencanaan barang yang akan saya beli				
3	Saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum membeli suatu barang				
4	Saya bukan tipe orang yang langsung 'jatuh cinta pada pandangan pertama' terhadap sesuatu yang saya lihat ditoko				
5	Saya akan langsung membeli barang, meskipun uang saya tidak mencukupi				
6	Saya tidak dapat menahan keinginan untuk membeli barang yang tampilannya menarik bagi saya				

7	Saya hanya membeli sesuatu yang benar-benar saya butuhkan membeli sesuatu				
8	Saya dapat mengontrol hasrat untuk membeli barang yang saya lihat				
9	Saya tidak memperdulikan merek dari barang yang akan saya beli				
10	Saya merasa menyesal tidak mendahulukan kebutuhan utama saat akan membeli suatu barang				
11	Sebelum membeli sesuatu, saya memikirkan terlebih dahulu fungsi dan kegunaan barang tersebut				
12	Saya merasa baik-baik saja ketika melewati barang yang terdapat potongan harga				
13	Saya mudah tergoda untuk membeli produk yang baru dan menarik				
14	Saya sangat bersemangat ketika melihat barang yang saya sukai				
15	Saya tidak terbiasa membeli sesuatu dengan begitu saja				
16	Saya terbiasa merencanakan terlebih dahulu sebelum membeli suatu barang				
17	Ketika saya melihat barang yang menarik perhatian saya, saya akan langsung membelinya tanpa ragu-ragu				
18	Saya membeli sesuatu karena saya menginginkannya, bukan karena saya membutuhkannya				
19	Sebelum saya membeli sesuatu, saya selalu mempertimbangkan dengan hati-hati apakah saya membutuhkannya atau tidak				
20	Ketika terdapat promosi pada suatu barang, saya merasa sulit untuk mengabaikannya				
21	Saya akan berfikir ulang sebelum membeli suatu barang				
22	Jika saya melihat sesuatu barang yang baru bagi saya, saya merasa tertarik ingin mencoba dan membelinya				
23	Saya membeli barang tanpa memperdulikan apakah barang tersebut cocok untuk saya atau tidak				
24	Saya tidak pernah melakukan evaluasi terlebih dahulu dalam membeli suatu produk				

Skala Impulsive Buying

No.	Skala Impulsive Buying (Verplanken & Herabadi)		Skala Impulsive Buying yg dikembangkan
	Aspek	Item	Item
1	Kognitif (Kegiatan pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan harga suatu produk, kegunaan suatu produk, dan individu tidak melakukan perbandingan produk)	Saya biasanya berhati-hati sebelum membeli sesuatu	Sebelum membeli sesuatu, saya memikirkan terlebih dahulu fungsi dan kegunaan barang tersebut
2		Saya biasanya hanya membeli sesuatu yang saya inginkan	Saya langsung membeli barang yang saya sukai, meskipun barang tersebut tidak terlalu saya butuhkan
3		Saya biasanya membeli sesuatu secara spontan	Ketika saya melihat barang yang menarik perhatian saya, saya akan langsung membelinya tanpa ragu-ragu
4		Sebagian besar pembelian saya direncanakan terlebih dahulu	Saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum membeli suatu barang
5		Saya hanya membeli sesuatu yang sangat saya butuhkan	-
6		Saya tidak terbiasa membeli sesuatu dengan begitu saja	-
7		Saya suka membandingkan merek sebelum membeli	Saya tidak memperdulikan merek dari barang yang akan saya beli
8		Sebelum saya membeli sesuatu, saya selalu mempertimbangkan dengan hati-hati apakah saya membutuhkannya atau tidak	-
9		Saya terbiasa membeli sesuatu dengan serta merta	Saya membeli barang tanpa memperdulikan apakah barang tersebut cocok untuk saya atau tidak
10		Saya sering membeli sesuatu tanpa berpikir	Saya akan berfikir ulang sebelum membeli suatu barang
11			Saya akan langsung membeli barang, meskipun uang saya tidak

			mencukupi
12			Saya mudah tergoda untuk membeli produk yang baru dan menarik
13			Jika saya melihat sesuatu barang yang baru bagi saya, saya merasa tertarik ingin mencoba dan membelinya
14			Saya tidak pernah melakukan evaluasi terlebih dahulu dalam membeli suatu produk
15	Afektif (Kegiatan pembelian yang dilakukan karena adanya dorongan perasaan untuk segera melakukan pembelian, adanya perasaan kecewa yang muncul setelah melakukan pembelian, dan adanya proses pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan)	Sulit sekali untuk tidak membeli barang bagus yang saya lihat ditoko	Saya merasa baik-baik saja ketika tidak melewatkan barang yang terdapat potongan harga
16		Kadang-kadang saya tidak dapat menahan keinginan untuk membeli sesuatu	Saya tidak dapat menahan keinginan untuk membeli barang yang tampilannya menarik bagi saya
17		Saya merasa menyesal setelah membeli sesuatu	Saya merasa menyesal tidak mendahulukan kebutuhan utama saat akan membeli suatu barang
18		Saya bukan tipe orang yang langsung 'jatuh cinta' pada pandangan pertama' terhadap sesuatu yang saya lihat ditoko	-
19		Saya bisa menjadi sangat bersemangat ketika melihat sesuatu yang ingin saya beli	Saya sangat bersemangat ketika melihat barang yang saya sukai
20		Saya selalu melihat sesuatu yang bagus setiap kali melewati toko	-
21		Saya merasa sulit untuk mengabaikan suatu produk yang memiliki penawaran	Ketika terdapat promosi pada suatu barang, saya merasa sulit untuk mengabaikannya
22		Jika saya melihat suatu barang yang baru, saya merasa ingin membelinya	Jika saya melihat sesuatu barang yang baru bagi saya, saya merasa tertarik ingin mencoba dan membelinya
23		Saya sedikit sembrono dalam membeli sesuatu	-

24		Terkadang saya membeli sesuatu karena saya menginginkannya, bukan karena saya membutuhkannya	Saya membeli sesuatu karena saya menginginkannya, bukan karena saya membutuhkannya
----	--	--	--

Lampiran 2 :
Blue Print Skala Kematangan
Emosi dan *Implusive Buying*

SKALA I - KEMATANGAN EMOSI

Variabel	Aspek	Item Favorable	Item Unfavorable
Kematangan Emosi	<p>Menerima keadaan diri sendiri</p> <p>(orang yang telah matang emosinya dapat menerima baik keadaan dirinya maupun orang lain dengan apa adanya, serta dapat berpikir secara baik dan objektif)</p>	<p>1. Saya menerima dengan ikhlas ketika keinginan saya tidak terpenuhi</p> <p>11. Saya menerima hidup saya sebagai ketentuan Tuhan</p> <p>21. Menjadi diri sendiri membuat saya lebih nyaman</p> <p>27. Saya yakin dapat meraih cita-cita dengan kemampuan yang saya miliki</p> <p>33. Saya bersyukur dengan yang saya raih, meskipun tidak sukses orang lain</p> <p>34. Saya ikut merasa senang dengan keberhasilan orang lain</p>	<p>6. Saya mudah putus asa dan meyerah ketika saya mengalami kegagalan</p> <p>16. Saya tidak merasa percaya diri dengan kekurangan yang saya miliki</p> <p>26. Saya selalu merasa kurang dengan apa yang saya miliki</p> <p>31. Saya tidak dapat memahami perasaan teman saya ketika ada masalah</p> <p>32. Saya tidak dapat menerima pendapat orang lain yang berbeda dengan pendapat saya</p>
	<p>Tidak bersifat implusif</p> <p>(orang telah matang emosinya akan mengatur pikirannya dalam memberikan tanggapan terhadap stimulus yang ada)</p>	<p>2. Saya memikirkan terlebih dahulu tindakan yang akan saya lakukan</p> <p>12. Saya memikirkan terlebih dahulu apa yang akan saya katakan</p> <p>22. Saya adalah orang yang mendahulukan logika daripada perasaan</p> <p>28. Saya mengikuti saran orang lain, apabila hal tersebut saya rasa baik</p> <p>35. Saya menolak</p>	<p>7. Saya lebih mementingkan perasaan saya daripada saran yang diberikan oleh orang lain</p> <p>17. Saya cenderung tidak konsisten dalam mengambil sebuah keputusan</p>

		ajakan teman yang tidak bermanfaat bagi saya	
	<p>Dapat mengontrol emosi dan ekspresi emosi</p> <p>(orang yang telah matang emosinya dapat mengontrol emosi dan ekspresi ketika ia marah, serta dapat mengatur kapan kemarahan itu perlu dimanifestasikan)</p>	<p>3. Saya dapat menyembunyikan kesedihan saya didepan orang lain</p> <p>13. Saya mampu bersikap sopan ketika berhadapan dengan orang yang pernah menyakiti saya</p> <p>23. Ketika marah saya selalu mengalihkan perhatian pada hal lainnya</p> <p>29. Saya akan mencari waktu yang tepat untuk meluapkan kemarahan saya</p> <p>36. Ketika marah saya berusaha mengendalikan cara bicara saya terhadap orang lain</p>	<p>8. Saya mudah melampiaskan kemarahan pada orang disekitar saya</p> <p>18. Saya mudah tersinggung jika ada orang lain yang membicarakan saya</p>
	<p>Dapat berpikir objektif</p> <p>(orang yang telah matang emosinya dapat bersifat sabar, penuh pengertin, dan mempunyai toleransi yang baik)</p>	<p>4. Saya berusaha bangkit dari kegagalan, karena kegagalan adalah kunci menuju kesuksesan</p> <p>14. Saya melihat suatu permasalahan tidak hanya dari satu sudut pandang saja</p> <p>24. Saya menghargai pendapat orang lain yang berbeda dengan saya</p>	<p>9. Saya akan marah kepada teman yang datang tidak tepat waktu, meskipun dengan alasan tertentu</p> <p>19. Saya sulit berfiikir positif ketika saya menghadapi suatu masalah</p>
	<p>Bertanggung jawab</p> <p>(orang yang telah matang emosinya</p>	<p>5. Saya siap mengakui kesalahan saya dengan jujur dan tidak akan</p>	<p>10. Ketika berbuat salah, saya sulit meminta maaf terlebih dahulu pada orang lain</p>

	dapat berdiri sendiri, tidak mudah mengalami frustrasi, dan akan menghadapi masalah dengan pengertian)	<p>mengulanginya kembali</p> <p>15. Saya siap menanggung resiko dari setiap tindakan yang saya lakukan</p> <p>25. Saya tidak akan mengecewakan orang yang telah memberi kepercayaan kepada saya</p> <p>30. Saya akan berusaha menyelesaikan kewajiban/tugas saya, meski hal tersebut menguras tenaga, waktu, dan pikiran saya</p>	20. Saya cenderung sulit untuk menyelesaikan pekerjaan yang tidak saya senangi
--	--	---	--

Keterangan:

Hitam : Item **Valid**

Merah : Item **Unvalid**

SKALA II - *IMPLUSIVE BUYING*

Aspek	Aspek	Item Favorable	Item Unfavorable
Kognitif	Kegiatan pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan harga suatu produk, kegunaan suatu produk, dan individu tidak melakukan perbandingan produk.	<p>1. Saya langsung membeli barang yang saya sukai, meskipun barang tersebut tidak terlalu saya butuhkan</p> <p>5. Saya akan langsung membeli barang, meskipun uang saya tidak mencukupi</p> <p>8. Saya tidak memperdulikan merek dari barang yang akan saya beli</p> <p>13. Saya mudah tergoda untuk membeli produk yang baru dan menarik</p> <p>17. Ketika saya melihat barang yang</p>	<p>3. Saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum membeli suatu barang</p> <p>9. Saya hanya membeli sesuatu yang benar-benar saya butuhkan membeli sesuatu</p> <p>11. Sebelum membeli sesuatu, saya memikirkan terlebih dahulu fungsi dan kegunaan barang tersebut</p> <p>15. Saya tidak terbiasa membeli sesuatu dengan begitu saja</p> <p>19. Sebelum saya membeli sesuatu, saya</p>

		<p>menarik perhatian saya, saya akan langsung membelinya tanpa ragu-ragu</p> <p>20. Ketika terdapat promosi pada suatu barang, saya merasa sulit untuk mengabaikannya</p> <p>22. Jika saya melihat sesuatu barang yang baru bagi saya, saya merasa tertarik ingin mencoba dan membelinya.</p> <p>23. Saya membeli barang tanpa memperdulikan apakah barang tersebut cocok untuk saya atau tidak</p> <p>24. Saya tidak pernah melakukan evaluasi terlebih dahulu dalam membeli suatu produk</p>	<p>selalu mempertimbangkan dengan hati-hati apakah saya membutuhkannya atau tidak</p> <p>21. Saya akan berfikir ulang sebelum membeli suatu barang</p>
Afektif	<p>Kegiatan pembelian yang dilakukan karena adanya dorongan perasaan untuk segera melakukan pembelian, adanya perasaan kecewa yang muncul setelah melakukan pembelian, dan adanya proses</p>	<p>2. Saya tidak membuat perencanaan barang yang akan saya beli</p> <p>6. Saya tidak dapat menahan keinginan untuk membeli barang yang tampilannya menarik bagi saya</p> <p>22. Saya merasa menyesal tidak mendahulukan kebutuhan utama saat akan membeli suatu barang</p> <p>23. Saya sangat bersemangat ketika melihat barang yang saya sukai</p> <p>18. Saya membeli</p>	<p>4. Saya bukan tipe orang yang langsung 'jatuh cinta pada pandangan pertama' terhadap sesuatu yang saya lihat ditoko</p> <p>7. Saya dapat mengontrol hasrat untuk membeli barang yang saya lihat</p> <p>12. Saya merasa baik-baik saja ketika tidak melewati barang yang terdapat potongan harga</p> <p>16. Saya terbiasa merencanakan terlebih dahulu sebelum membeli sesuatu</p>

	pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan	sesuatu karena saya menginginkannya, bukan karena saya membutuhkannya	
--	--	---	--

Keterangan:

Hitam : Item **Valid**

Merah : Item **Invalid**

Blue Print Skala Kematangan Emosi

No.	Aspek	Item		Jumlah
		Favourable	Unfavourable	
1	Menerima keadaan diri sendiri	1, 16, 17	3, 14	5
2	Tidak bersifat implusif	2	9	2
3	Dapat mengontrol emosi dan ekspresi emosi	6, 18	4, 10	4
4	Dapat berpikir objektif	7, 13	11	3
5	Bertanggung jawab	8, 15	5, 12	4
		10	8	18

Blue Print Skala Impulsive Buying

No.	Indikator	Item		Jumlah
		Favourable	Unfavourable	
1	Kognitif	1, 4, 10, 13, 16, 17, 18	3, 6, 9, 11, 15	12
2	Afektif	2, 5, 8, 14	7, 12,	6
		11	7	18

Lampiran 3 :

Rekapitulas Hasil Try Out

Rekapitulasi Hasil Try Out Skala 1 – Kematangan Emosi

No	Nama	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	total	
1	R	3	3	3	4	4	3	3	7	8	9	3	4	3	3	3	3	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	112	
2	S	4	4	4	4	4	2	1	4	3	2	4	4	4	4	4	1	3	2	2	2	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	1	4	4	3	4	118	
3	A	3	4	3	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	119	
4	IRA	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1	4	112	
5	N	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	1	4	3	2	1	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	3	3	106		
6	F	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	1	4	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	117		
7	R	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	102		
8	KK	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	117		
9	L	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	4	1	4	3	3	3	2	2	3	3	3	97		
10	ECW	3	4	3	4	4	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	103	
11	R	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	4	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	125		
12	M	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	106		
13	P	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	117		
14	SN	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	108		
15	RS	3	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	101	
16	LQ	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3	3	111		
17	FRA	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	102		
18	I	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	101		
19	D	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	119		
20	N	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	106		
21	A	3	3	2	3	4	3	3	3	2	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	3	4	117	
22	O	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3	3	2	2	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	111	
23	A	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	119	
24	A	3	4	2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	123	
25	PH	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	121		
26	R	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	2	4	3	2	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	115		
27	P	2	3	3	4	3	3	1	3	2	3	4	4	4	3	3	2	1	2	2	3	4	1	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	107	
28	S	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	1	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	3	4	3	3	114		
29	M	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	4	3	2	2	1	2	4	2	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	3	107	
30	I	3	2	3	4	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	2	2	4	3	4	4	110	
31	NH	3	3	3	3	3	2	2	1	3	3	4	3	3	3	3	1	2	2	2	1	4	2	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	101	
32	A	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	101	
33	R	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	2	4	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	99	
34	F	2	4	4	4	3	2	2	2	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	1	3	117
35	N	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	2	2	3	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	116	
36	P	2	3	4	4	3	2	3	1	3	4	4	4	3	4	3	1	1	1	1	1	3	2	2	3	3	2	4	4	2	4	2	3	4	4	1	3	98	
37	M	3	4	4	4	3	3	1	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	2	2	3	2	3	4	4	1	3	110		
38	MF	3	4	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	105	
39	D	1	4	4	4	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	4	1	1	1	1	4	4	4	4	4	1	4	3	1	1	4	4	1	1	1	2	84	
40	L	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	4	3	2	3	3	2	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	110	
41	A	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	2	3	2	2	1	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	106	
42	P	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	2	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	104		
43	F	3	3	4	3	3	1	3	2	3	4	2	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	1	2	4	4	4	3	4	3	4	1	3	104	
44	MC	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	111	
45	N	2	3	4	4	4	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	115	

23	A	2	3	1	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	63	
24	A	2	2	2	1	1	3	2	1	1	2	1	1	2	4	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	41	
25	PH	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	49	
26	R	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	1	2	2	4	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	53	
27	P	2	3	1	1	1	3	1	1	4	4	1	1	3	4	1	2	2	3	1	2	2	2	2	2	49	
28	S	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	4	2	2	2	2	2	2	62	
29	M	3	2	1	3	1	2	2	2	4	3	1	2	3	4	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	57	
30	I	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	3	1	4	4	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	74	
31	NH	2	2	2	2	2	2	1	1	3	4	1	1	2	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	1	51	
32	A	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	62	
33	R	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	50	
34	F	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	57	
35	N	1	3	1	1	1	2	1	1	4	4	1	2	2	4	1	1	1	2	1	3	2	4	1	3	47	
36	P	4	4	2	3	1	3	3	4	1	4	3	1	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	4	3	70	
37	M	2	2	1	3	1	2	1	2	2	3	2	3	3	4	1	1	2	3	1	2	1	2	1	2	47	
38	MF	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	69	
39	D	1	1	1	1	4	2	4	4	4	3	4	1	1	4	4	1	4	4	4	1	1	1	1	1	57	
40	L	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	4	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	51	
41	A	3	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2	2	2	1	3	2	3	2	1	51
42	P	2	3	1	3	2	2	2	1	1	4	4	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	60
43	F	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	57	
44	MC	2	3	1	2	2	2	1	1	4	4	1	1	2	4	1	1	2	4	1	2	1	2	2	4	50	
45	N	1	1	2	1	1	1	1	1	4	2	1	1	2	4	1	1	2	3	1	2	1	2	1	1	38	

46	R	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	2	2	4	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	68
47	YE	2	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	50
48	KSN	2	2	1	1	1	1	1	1	4	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	35
49	HSR	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1	1	4	1	1	33
50	I	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	52
51	GA	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	51
52	K	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	54
53	AP	2	2	2	3	1	1	2	1	4	1	2	2	1	3	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	43
54	RA	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	59
55	R	3	3	2	1	2	1	1	2	4	3	2	1	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	51
56	D	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	51
57	D	3	4	1	1	3	1	1	1	3	3	1	1	2	1	2	3	4	2	3	2	1	2	4	3	52
58	I	2	2	2	3	2	2	2	2	4	4	1	1	2	3	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	50
59	M	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	44
60	S	2	2	1	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	2	1	1	1	4	1	1	38

Lampiran 4:
Hasil Uji Validitas dan
Reabilitas

Hasil Analisis SPSS Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Skala Kematangan Emosi

Hasil Analisa Tahap Pertama

Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of items
.739	36

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *cronbach alpha* = 0,739 yang berarti skala kematangan emosi **RELIABEL** karena nilai *cronbach alpha* > 0,6.

Validitas Item

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	107.25	68.360	.432	.812
Item 2	106.62	69.156	.360	.814
Item 3	106.88	72.139	.015	.824
Item 4	106.60	69.058	.399	.813
Item 5	106.87	71.609	.109	.820
Item 6	107.15	67.926	.414	.812
Item 7	107.40	69.329	.282	.816
Item 8	107.20	66.807	.439	.810
Item 9	107.32	69.101	.291	.816
Item 10	107.05	67.981	.370	.813
Item 11	106.73	69.284	.267	.816
Item 12	106.82	71.068	.166	.819
Item 13	107.13	69.304	.303	.815
Item 14	106.82	67.034	.558	.808
Item 15	106.80	66.908	.599	.807
Item 16	107.52	72.390	-.028	.829
Item 17	107.45	66.828	.395	.812
Item 18	107.60	64.956	.537	.806
Item 19	107.48	67.169	.422	.811
Item 20	107.67	66.938	.409	.811

Item 21	106.52	69.373	.280	.816
Item 22	107.33	71.616	.041	.825
Item 23	107.02	71.339	.110	.821
Item 24	106.75	68.835	.421	.812
Item 25	106.55	70.862	.182	.818
Item 26	107.40	67.024	.386	.812
Item 27	106.62	70.037	.214	.818
Item 28	106.73	69.860	.294	.816
Item 29	107.20	70.061	.183	.819
Item 30	106.70	66.925	.534	.808
Item 31	107.27	71.284	.119	.820
Item 32	107.07	70.097	.185	.819
Item 33	106.63	67.016	.543	.808
Item 34	106.78	67.596	.514	.809
Item 35	107.17	70.955	.054	.828
Item 36	106.83	68.785	.428	.812

Keterangan: ■ Item yang tidak valid

Validitas item diperoleh apabila nilai *Corrected Item-Total Correlation* $> 0,3$ (*rtabel*). Item diatas yang tidak memenuhi syarat adalah item nomor 2, 5, 7, 9, 11, 12, 16, 21, 23, 25, 27, 28, 29, 31, 32, dan 35. Dapat diketahui terdapat 19 item valid dan 16 item gugur sehingga harus dilakukan reduksi.

Hasil Analisa Tahap kedua dengan reduksi item

Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	19

Setelah dilakukan reduksi terhadap item nomor 2, 5, 7, 9, 11, 12, 16, 21, 23, 25, 27, 28, 29, 31, 32, dan 35, diketahui nilai *cronbach's alpha* = 0,861, yang artinya skala kematangan emosi disebut **RELIABEL** karena skor *cronbach alpha* $> 0,6$.

Validitas Item

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	54.83	39.158	.454	.855
Item 2	54.20	40.163	.321	.859
Item 3	54.18	40.559	.284	.860

Item 4	54.73	38.504	.473	.854
Item 5	54.78	38.206	.425	.856
Item 6	54.63	38.406	.440	.855
Item 7	54.72	39.664	.349	.858
Item 8	54.40	37.939	.612	.849
Item 9	54.38	37.800	.663	.847
Item 10	55.03	37.762	.429	.856
Item 11	55.18	36.559	.551	.850
Item 12	55.07	37.623	.510	.852
Item 13	55.25	37.547	.480	.854
Item 14	54.33	40.429	.300	.860
Item15	54.98	37.915	.420	.857
Item16	54.28	38.206	.534	.851
Item 17	54.22	38.173	.559	.851
Item 18	54.37	38.304	.577	.850
Item19	54.42	39.705	.417	.856

Keterangan: Item yang tidak valid

Setelah dilakukan reduksi terhadap nomor 2, 5, 7, 9, 11, 12, 16, 21, 23, 25, 27, 28, 29, 31, 32, dan 35, diperoleh seluruh item sebanyak 18 item **VALID** dengan skor *Corrected Item-Total Correlation* > 0,3 (Sugiyono, 2014). Angka validitas item pada skala komitmen Organisasi bergerak antara 0,300 – 0,663.

Uji Valditas dan Uji Reabilitas Skala *Implusive Buying*

Hasil Analisa Tahap Pertama

Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	24

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *cronbach alpha* = 0,852 yang berarti skala kematangan emosi **RELIABEL** karena nilai *cronbach alpha* > 0,6.

Validitas Item

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	50.00	59.864	.578	.840

Item 2	49.87	60.490	.499	.843
Item 3	50.62	64.003	.314	.849
Item 4	49.97	61.592	.321	.850
Item 5	50.53	61.033	.499	.843
Item 6	50.07	60.233	.492	.843
Item 7	50.40	60.312	.580	.840
Item 8	50.37	61.050	.485	.843
Item 9	49.32	67.305	-.074	.867
Item 10	49.38	62.274	.339	.849
Item 11	50.50	61.102	.504	.843
Item 12	50.42	64.010	.225	.852
Item 13	49.95	59.879	.609	.839
Item 14	48.97	66.609	-.007	.860
Item 15	50.28	62.613	.396	.846
Item 16	50.42	60.383	.565	.841
Item 17	50.05	61.099	.498	.843
Item 18	49.95	61.235	.461	.844
Item 19	50.47	60.795	.547	.841
Item 20	50.08	62.383	.404	.846
Item 21	50.45	64.286	.271	.850
Item 22	49.82	64.423	.221	.852
Item 23	50.38	59.664	.629	.838
Item 24	50.27	60.131	.546	.841

Keterangan: Item yang tidak valid

Validitas item diperoleh apabila nilai *Corrected Item-Total Correlation* > 0,3 (*rtabel*). Item diatas yang tidak memenuhi syarat adalah item nomor 9, 12, 14, 21, dan 22. Dapat diketahui terdapat 19 item valid dan 5 item gugur sehingga harus dilakukan reduksi.

Hasil Analisa Tahap kedua dengan reduksi item

Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	19

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *cronbach alpha* = 0,878 yang berarti skala kematangan emosi **RELIABEL** karena nilai *cronbach alpha* > 0,6.

Validitas Item

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	37.55	51.608	.596	.868
Item 2	37.42	52.112	.523	.871
Item 3	38.17	55.599	.320	.877
Item 4	37.52	53.813	.287	.882
Item 5	38.08	52.518	.536	.871
Item 6	37.62	52.512	.456	.874
Item 7	37.95	52.082	.593	.869
Item 8	37.92	52.484	.525	.871
Item 9	36.93	54.165	.326	.878
Item 10	38.05	52.726	.526	.871
Item 11	37.50	52.390	.548	.870
Item 12	37.83	54.141	.419	.874
Item 13	37.97	52.168	.575	.869
Item 14	37.60	52.346	.559	.870
Item 15	37.50	52.932	.473	.873
Item 16	38.02	52.423	.572	.869
Item 17	37.63	54.609	.353	.877
Item 18	37.93	51.250	.666	.866
Item 19	37.82	52.118	.538	.870

Keterangan: Item yang tidak valid

Keterangan: Reabilitas

Setelah dilakukan reduksi terhadap nomor 9, 12, 14, 21, dan 22, diperoleh seluruh item sebanyak 18 item **VALID** dengan skor *Corrected Item-Total Correlation* > 0,3 (Sugiyono, 2014). Angka validitas item pada skala komitmen Organisasi bergerak antara 0,320 – 0,666.

Lampiran 5 :

Skala Penelitian

PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Saya Putri Sarah, mahasiswa semester akhir Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi). Dalam penelitian ini, saya harus memenuhi kewajiban untuk melakukan pengambilan data primer (langsung dari responden) yang dipergunakan untuk melakukan pengujian hipotesis.

Dalam memenuhi kewajiban tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/ibu/saudara untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Sebagai peneliti, saya terikat dalam kode etik psikologi yang menyatakan bahwa saya berkewajiban menjaga kerahasiaan data responden dan hanya berhak menggunakan data untuk kepentingan penelitian. Selain itu data yang telah diberikan tidak ada kaitanya dengan kredibilitas dan penilaian kinerja Bapak/ibu/saudara dalam institusi.

Selanjutnya Bapak/ibu/saudari sebagai responden dimohon untuk mengisi kuesioner atau skala yang telah saya sediakan, akurasi dan kredibilitas hasil penelitian akan sangat bergantung pada keseriusan dan kesungguhan Bapak/ibu/saudari dalam memberikan data atau informasi sesuai dengan kenyataan yang ada pada Bapak/ibu/saudara. Demikian pengantar ini dibuat, atas perhatian Bapak/Ibu/Saudara saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Peneliti,

Putri Sarah

IDENTITAS DIRI

Untuk mengetahui profil responden yang ada di dalam penelitian ini, saya membutuhkan informasi Anda sebagai berikut.

Nama / Inisial :

Usia : tahun

Pekerjaan Anda saat ini :

Gaji minimum : /bulan

1. Apakah status Anda saat ini?
(Lingkari jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda)
 - a. Sudah Menikah
 - b. Belum Menikah
2. Berapa banyak biaya yang Anda keluarkan untuk kebutuhan pribadi dalam satu bulan? (di luar tagihan listrik, air, telepon, dan sewa rumah)

..... (Sebutkan kurang lebihnya dalam bentuk rupiah)
3. Saat berbelanja jenis pembelian seperti apa yang Anda sering lakukan?
(Lingkari jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda dan berikan alasan)
 - a. Online Shop
 - b. Offline
 - c. Online dan Offline

Alasan:
4. Produk apa yang Anda sering beli ketika berbelanja?
 - a. Kosmetik
 - b. Pakaian
 - c. Makanan / Minuman
 - d. Lainnya, sebutkan (.....)
5. Apakah Anda seringkali merasa berbelanja kebutuhan yang tidak mendesak?
(Lingkari jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda dan berikan alasan)
 - a. Ya
 - b. Tidak

Alasan:

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Berilah tanda **ceklist** (✓) pada salah satu dari empat tabel jawaban kuesioner yang Anda anggap paling menggambarkan kondisi Anda, dengan ketentuan:

SS : SANGAT SETUJU

S : SETUJU

TS : TIDAK SETUJU

STS: SANGAT TIDAK SETUJU

2. Apabila Anda ingin mengganti jawaban, maka berilah tanda sama dengan (=) pada jawaban sebelumnya, kemudian berilah tanda (✓) pada jawaban yang Anda inginkan.
3. Contoh:

Pernyataan	SS	S	TS	STS
Saya lebih mengutamakan menabung daripada berbelanja		✓		

4. Tidak ada jawaban yang benar atau salah untuk setiap pernyataan. Seluruh jawaban akan benar selama itu menggambarkan diri Anda.
5. Jawablah semua pernyataan dan pastikan tidak ada nomor yang terlewat.

SKALA I

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya akan menerima dengan ikhlas ketika keinginan saya tidak terpenuhi				
2	Saya memikirkan terlebih dahulu tindakan yang akan saya lakukan				
3	Saya mudah putus asa dan meyerah ketika saya mengalami kegagalan				
4	Saya mudah melampiaskan kemarahan pada orang disekitar saya				
5	Ketika berbuat salah, saya sulit meminta maaf terlebih dahulu pada orang lain				
6	Saya mampu bersikap sopan ketika berhadapan dengan orang yang pernah menyakiti saya				
7	Saya melihat suatu permasalahan tidak hanya dari satu sudut pandang saja				
8	Saya siap menanggung resiko dari setiap tindakan yang saya lakukan				
9	Saya cenderung tidak konsisten dalam mengambil sebuah keputusan				
10	Saya mudah tersinggung jika ada orang lain yang membicarakan saya				
11	Saya sulit berfikir positif ketika saya menghadapi suatu masalah				
12	Saya cenderung sulit untuk menyelesaikan pekerjaan yang tidak saya senangi				
13	Saya menghargai pendapat orang lain yang berbeda dengan saya				
14	Saya selalu merasa kurang dengan apa yang saya miliki				
15	Saya akan berusaha menyelesaikan kewajiban/tugas saya, meski hal tersebut menguras tenaga, waktu, dan pikiran saya				
16	Saya bersyukur dengan yang saya raih, meskipun tidak sukses orang lain				
17	Saya ikut merasa senang dengan keberhasilan orang lain				
18	Ketika marah saya berusaha mengendalikan cara bicara saya terhadap orang lain				

SKALA II

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya langsung membeli barang yang saya sukai, meskipun barang tersebut tidak terlalu saya butuhkan				
2	Saya tidak membuat perencanaan barang yang akan saya beli				
3	Saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum membeli suatu barang				
4	Saya akan langsung membeli barang, meskipun uang saya tidak mencukupi				
5	Saya tidak dapat menahan keinginan untuk membeli barang yang tampilannya menarik bagi saya				
6	Saya hanya membeli sesuatu yang benar-benar saya butuhkan				
7	Saya dapat mengontrol hasrat untuk membeli barang yang saya lihat				
8	Saya merasa menyesal tidak mendahulukan kebutuhan utama saat akan membeli suatu barang				
9	Sebelum membeli sesuatu, saya memikirkan terlebih dahulu fungsi dan kegunaan barang tersebut				
10	Saya mudah tergoda untuk membeli produk yang baru dan menarik				
11	Saya tidak terbiasa membeli sesuatu dengan begitu saja				
12	Saya terbiasa merencanakan terlebih dahulu sebelum membeli suatu barang				
13	Ketika saya melihat barang yang menarik perhatian saya, saya akan langsung membelinya tanpa ragu-ragu				
14	Saya membeli sesuatu karena saya menginginkannya, bukan karena saya membutuhkannya				
15	Sebelum saya membeli sesuatu, saya selalu mempertimbangkan dengan hati-hati apakah saya membutuhkannya atau tidak				
16	Ketika terdapat promosi pada suatu barang, saya merasa sulit untuk mengabaikannya				
17	Saya membeli barang tanpa memperdulikan apakah barang tersebut cocok untuk saya atau tidak				
18	Saya tidak pernah melakukan evaluasi terlebih dahulu dalam membeli suatu produk				

Lampiran 6:

Rekapitulasi Identitas Subjek

NO	NAMA /INSIAL	USIA	PEKERJAA N	GAJI MINIMU M	STATUS	KEBUTUH AN PRIBADI	JENIS PEMBE LIAN	PRODUK YANG DIBELI	BERBE LANJA MENDE SAK
1	Ellen	27	Wiraswasta	2,000,000	sudah menikah	1,000,000	online & offline	pakaian	ya
2	Zeta Rivlinia	22	Swasta	1,200,000	belum menikah	700,000	online & offline	makanan / minuman	ya
3	Ike	27	karyawan honoror	2,700,000	sudah menikah	1,700,000	online & offline	pakaian	tidak
4	Rosidah	30	Karyawati	1,700,000	sudah menikah	1,500,000	online & offline	makanan / minuman	ya
5	MF	23	karyawan bank	3,500,000	belum menikah	2,000,000	online	pakaian	ya
6	Alfa	22	karyawan bank	4,000,000	belum menikah	1,500,000	offline	pakaian	ya
7	RS	23	SPV marketing	5,000,000	belum menikah	3,000,000	offline	kosmetik	ya
8	Nurul	23	karyawan swasta	1,500,000	belum menikah	800,000	online & offline	lainnya	tidak
9	Ira	24	pegawai swasta	1,500,000	belum menikah	1,000,000	offline	kosmetik	ya
10	Wenny	28	PNS	5,000,000	belum menikah	2,800,000	offline	makanan / minuman	ya
11	Ajeng	25	Swasta	3,000,000	sudah menikah	1,500,000	online & offline	makanan / minuman	ya
12	SL	22	staf admin	2,000,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian	ya
13	Dian	22	Swasta	2,275,000	belum menikah	500,000	online & offline	kosmetik	ya
14	Dhewanti P.	21	Barista	1,000,000	belum menikah	500,000	offline	makanan / minuman	ya
15	RKA	29	Karyawan	1,900,000	belum menikah	750,000	online & offline	pakaian	tidak
16	Ines	23	admin administrasi	1,000,000	belum menikah	800,000	online & offline	makanan / minuman	ya
17	Vio	30	konsultasi nutrisi	7,000,000	belum menikah	5,000,000	online & offline	makanan / minuman	tidak
18	Kasi Suci	30	Karyawan	1,950,000	sudah menikah	1,500,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
19	Fardhana Sesareta	20	karyawan swasta	900,000	belum menikah	500,000	offline	makanan / minuman	ya
20	N	30	Swasta	4,000,000	sudah menikah	1,000,000	offline	pakaian	ya
21	Lia	28	Swasta	3,000,000	sudah menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	ya
22	Elliska Yuliana	24	Karyawan	1,500,000	belum menikah	800,000	Online & offline	makanan / minuman	Ya
23	O	25	karyawan honoror	1,500,000	belum menikah	1,000,000	offline	makanan / minuman	tidak
24	Kriesti	29	Karyawan	3,000,000	belum menikah	1,200,000	offline	pakaian	Tidak
25	Ella	20	Pegawai	2,600,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
26	HM	22	Wiraswasta	1,000,000	belum menikah	800,000	offline	makanan / minuman	tidak
27	Esha	25	frond desk	1,500,000	belum menikah	450,000	offline	makanan / minuman	ya
28	SS	26	Konsultan	3,000,000	belum menikah	3,000,000	online & offline	pakaian	ya
29	TI	25	Pegawai	1,000,000	belum menikah	1,000,000	offline	makanan / minuman	ya
30	M	25	karyawan part- time	1,000,000	belum menikah	1,000,000	offline	kosmetik	ya
31	TN	23	pegawai honoror	1,000,000	belum menikah	100,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
32	FD	22	karyawan part- time	1,800,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	ya

33	Devi	21	tenaga medis	2,000,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian	ya
34	Ira	22	asent call center	1,000,000	belum menikah	500,000	online & offline	pakaian	tidak
35	Yulia Andini	20	karyawan swasta	3,500,000	belum menikah	2,250,000	online & offline	pakaian	ya
36	Henis	24	Spg	2,500,000	belum menikah	1,500,000	offline	makanan / minuman	Tidak
37	Anis	23	Admin	2,200,000	belum menikah	500,000	offline	pakaian	Tidak
38	Neneng	24	Admin	2,200,000	sudah menikah	500,000	offline	pakaian	Tidak
39	Yemima Candala	24	karyawati bank	3,800,000	belum menikah	200,000	online & offline	makanan / minuman	ya
40	Chesil	23	BUMN	3,800,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	pakaian	ya
41	Mbok Ra	28	marketing kredit sales	3,000,000	belum menikah	1,500,000	offline	pakaian	ya
42	Chesil	33	BUMN	2,200,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian	ya
43	Vanre July	30	BUMN	4,300,000	belum menikah	2,500,000	online & offline	kosmetik	ya
44	Fitri	25	BUMN	3,000,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
45	Egi Qory I.	28	Guru	3,000,000	sudah menikah	1,500,000	offline	makanan / minuman	ya
46	Kartika	24	BUMN	6,000,000	belum menikah	3,000,000	online & offline	pakaian / makanan & minuman	Tidak
47	Arsha	27	BUMN	4,000,000	sudah menikah	3,000,000	online & offline	pakaian	ya
48	Ayik	25	BUMN	2,000,000	belum menikah	1,200,000	offline	pakaian / makanan & minuman	Ya
49	Angela Yunitasari	23	karyawan bank	2,500,000	belum menikah	1,500,000	online	pakaian	Tidak
50	Rani	27	pegawai bank	3,900,000	sudah menikah	2,000,000	offline	kosmetik	Tidak
51	DKN	30	BUMN	9,000,000	sudah menikah	2,500,000	online & offline	pakaian	ya
52	YIP	30	karyawan bank	5,000,000	sudah menikah	7,000,000	online & offline	lainnya (semuanya)	ya
53	Rana	21	make up artist	2,000,000	belum menikah	1,000,000	online	kosmetik	ya
54	DH	25	SCO JNE	1,000,000	belum menikah	400,000	online & offline	makanan / minuman	ya
55	Fitri Nur H.	23	SCO JNE	1,000,000	belum menikah	800,000	online & offline	kosmetik	ya
56	Adnin	20	Freelance	800,000	belum menikah	1,500,000	online	pakaian	ya
57	R	27	Pegawai	800,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	ya
58	Diah Sukma	26	Freelance	1,000,000	belum menikah	5,000,000	online & offline	makanan / minuman	Ya
59	HP	27	Karyawan	1,000,000	belum menikah	3,700,000	offline	pakaian	ya
60	Ienas Beauty K.	22	Penyiar	1,100,000	belum menikah	800,000	online	pakaian & kosmetik	ya
61	Rizky	29	Wiraswasta	3,000,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	lainnya (gadget)	tidak
62	Nisa	22	part time	2,000,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	pakaian	ya
63	N	21	part time	2,000,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	lainnya (semuanya)	ya
64	Wulan	25	Spg	1,500,000	belum menikah	1,000,000	offline	makanan / minuman	Tidak
65	Rodiyah Aisyah	24	Wiraswasta	2,200,000	sudah menikah	300,000	offline	pakaian	ya
66	Herlin Rusdiana	21	marketing & penyiar	2,700,000	belum menikah	1,000,000	online	pakaian	Ya

67	Jingga Wati	26	Penyiar	1,500,000	sudah menikah	1,000,000	online	makanan / minuman	tidak
68	Minnatul Karomah	24	Spg	1,500,000	belum menikah	900,000	online	kosmetik	ya
69	Nina	25	perbankan	2,000,000	belum menikah	1,500,000	online	kosmetik	ya
70	Septy Diah	28	BUMN	2,000,000	sudah menikah	1,800,000	online	pakaian & accesoris	ya
71	Nur Atik Soraya	22	guru honorer	750,000	belum menikah	500,000	offline	pakaian & kosmetik	tidak
72	Bela	28	BUMN	2,000,000	sudah menikah	2,000,000	offline	keperluan rumah tangga & anak	tidak
73	Aan Selviatul	23	pengajar honorer	800,000	sudah menikah	600,000	online	pakaian, kosmetik, rumah tangga	ya
74	Susi	27	Karyawan	1,200,000	sudah menikah	900,000	offline	makanan / minuman	ya
75	Miska	28	Karyawan	1,400,000	sudah menikah	1,000,000	offline	kosmetik	Ya
76	Imroatul Mufidah	24	SBA Uniliver	3,600,000	belum menikah	1,200,000	offline	kebutuhan rumah tangga	tidak
77	Eka Fitriyanin gsih	26	Swasta	2,000,000	belum menikah	1,500,000	offline	kebutuhan rumah tangga	tidak
78	Ita	25	Swasta	1,000,000	belum menikah	500,000	offline	makanan / minuman	ya
79	Ervin	24	beauty advisor	1,800,000	belum menikah	500,000	offline	pakaian	Ya
80	Bella	20	Swasta	3,200,000	sudah menikah	2,000,000	online & offline	makanan / minuman	ya
81	Mila	22	Swasta	3,200,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	ya
82	Lucyana Indah P.	27	MD	1,450,000	sudah menikah	1,800,000	offline	kebutuhan rumah tangga	ya
83	Anggia	23	Karyawan	1,200,000	belum menikah	500,000	online & offline	pakaian	Tidak
84	Maneni	29	Penjahit	3,000,000	sudah menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
85	BA	23	Freelance	2,000,000	belum menikah	1,000,000	online	pakaian	Tidak
86	AM	29	Guru	2,000,000	sudah menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	ya
87	Risa Tri Utami	22	Admin	1,500,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	Ya
88	Elina Dwi A.	20	Pegawai	1,000,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	makanan / minuman	Ya
89	Hikmawati	24	Pegawai	4,000,000	sudah menikah	2,000,000	online & offline	pakaian	Ya
90	S	22	Teller	3,000,000	belum menikah	2,500,000	online & offline	pakaian	Tidak
91	Widya Citra	24	Teller	3,000,000	belum menikah	2,000,000	offline	pakaian / makanan & minuman	Tidak
92	Ayu Balqis	24	Teller	3,200,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	pakaian & makanan / minuman	ya
93	Agustria A	23	Wiraswasta	3,000,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	pakaian & makanan / minuman	Tidak
94	Khusnul	24	Teller	3,000,000	sudah menikah	2,000,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
95	AY	23	HRD	4,200,000	belum menikah	2,500,000	offline	pakaian	Tidak
96	Devi D.	24	Konsultan pegawai swasta	2,500,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
97	R	28	swasta	3,500,000	sudah menikah	2,000,000	online	pakaian	ya
98	Ulvi	30	Wiraswasta	2,800,000	sudah menikah	1,500,000	offline	makanan / minuman	Tidak

99	Maria	28	BUMN	4,000,000	sudah menikah	2,300,000	online	makanan / minuman	tidak
100	Riska	24	Bisnis	10,000,000	belum menikah	3,000,000	online	pakaian	Tidak
101	Siti Fatimah	30	Admin	3,000,000	sudah menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	ya
102	Liana P.	30	Teller	1,500,000	sudah menikah	1,000,000	offline	pakaian	Tidak
103	Tyas Widya	22	Cs	3,000,000	belum menikah	1,500,000	offline	makanan / minuman	tidak
104	Rifqa	25	karyawan swasta	5,000,000	sudah menikah	2,000,000	online & offline	pakaian	ya
105	Kartika	26	Cs	1,500,000	sudah menikah	800,000	offline	makanan / minuman	tidak
106	Lusiana	28	Teller	1,600,000	sudah menikah	900,000	online & offline	pakaian	tidak
107	Nurhayati	29	manager keuangan	3,000,000	sudah menikah	2,000,000	online	makanan & aksesoris	ya
108	Rifka Dwi A.	27	asisten apoteker	1,000,000	sudah menikah	500,000	online & offline	kosmetik	ya
109	Ardhita	27	Dokter	5,000,000	sudah menikah	2,000,000	online & offline	pakaian	ya
110	Rina Eka A.	28	pegawai apotik	900,000	sudah menikah	750,000	online & offline	makanan / minuman	ya
111	Fatimah	30	staff notaris	1,500,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian	tidak
112	AM	25	tenaga medis	800,000	sudah menikah	600,000	online & offline	makanan / minuman	Ya
113	Rica	21	PR	2,300,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian & makanan / minuman	Ya
114	Rizki Ramadhani	25	staff honorer	3,380,000	belum menikah	2,000,000	online	pakaian	tidak
115	Defrita Priya S.	24	frontliner	3,800,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	pakaian	ya
116	Misnati	30	buruh pabrik	3,200,000	belum menikah	1,300,000	offline	makanan / minuman	tidak
117	Eka Wijayati	27	wiraswasta	2,000,000	sudah menikah	1,500,000	online & offline	kosmetik, pakaian, makanan	ya
118	Syifa	23	karyawan	2,000,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian	ya
119	Dinda Fitriyah	24	karyawan bank	3,000,000	belum menikah	1,000,000	online	pakaian	tidak
120	Ulfatun Nisa	26	karyawan	1,500,000	belum menikah	500,000	online & offline	pakaian	tidak
121	Rasika Ulfa	25	karyawan	2,000,000	belum menikah	500,000	offline	pakaian	tidak
122	Sakila Ismawati	24	karyawan	2,000,000	sudah menikah	500,000	offline	pakaian	Tidak
123	Nabila	25	karyawan	1,500,000	belum menikah	500,000	online & offline	makanan / minuman	ya
124	Shilta Dwi M.	22	karyawan	1,500,000	belum menikah	600,000	offline	makanan / minuman	tidak
125	Intan Erlia	22	polri	3,000,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	lainnya	ya
126	Rissa	23	drapper	1,000,000	belum menikah	500,000	online & offline	accesoris	tidak
127	Elsa	22	polri	3,500,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	pakaian & makanan / minuman	Ya
128	Gita Dwi Fadilla Permatasari	20	polri	3,500,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	kebutuhan pokok	Tidak
129	Fadilla Permatasari	24	karyawan swasta	1,500,000	sudah menikah	1,000,000	offline	kosmetik, pakaian, makanan	Tidak
130	Amel	26	karyawan	3,000,000	sudah menikah	1,000,000	online & offline	kosmetik	tidak

131	Novita	24	karyawan bank	3,800,000	belum menikah	800,000	online & offline	accecoris	tidak
132	Diana Anggun	26	karyawan bank	5,000,000	sudah menikah	700,000	offline	kosmetik, pakaian, makanan	ya
133	Nurul Febrina	27	karyawan bank	4,000,000	sudah menikah	1,500,000	online	pakaian	tidak
134	Siti Rifqiyyatul	23	guru	1,500,000	sudah menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
135	Rani Nur Fitriah	28	karyawan	4,000,000	sudah menikah	2,000,000	online	pakaian	Tidak
136	Eni Iswati	28	perawat	1,500,000	sudah menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	ya
137	Fitriatunnisak	30	guru	1,500,000	sudah menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	ya
138	Rita	25	karyawan bpjs	3,200,000	sudah menikah	2,000,000	offline	pakaian, kosmetik, makanan	tidak
139	Elok	20	polri	3,500,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	Tidak
140	Nurul Qomariah	22	karyawan	1,500,000	belum menikah	500,000	offline	makanan / minuman	tidak
141	Defi Nurhasanah	23	karyawan	1,500,000	belum menikah	400,000	online	kosmetik	tidak
142	Nabila Putri	24	pegawai swasta	2,000,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian & makanan / minuman	ya
143	Nurul Jannah	24	pegawai swasta	3,300,000	sudah menikah	2,000,000	offline	kosmetik	ya
144	Isa	23	cpr	2,000,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	kosmetik	Ya
145	Arina Felani	22	pegawai swasta	3,200,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	ya
146	Faizah Tri R.	24	wiraswasta	2,200,000	belum menikah	1,000,000	offline	pakaian	tidak
147	Sekar	22	wiraswasta	2,200,000	belum menikah	1,000,000	offline	makanan / minuman	tidak
148	Citrawati	26	karyawan honoror	750,000	belum menikah	200,000	online & offline	makanan / minuman	ya
149	Nurika L.	26	swasta	1,400,000	sudah menikah	300,000	online & offline	kebutuhan rumah tangga	tidak
150	Ara Maghfiroh	23	polri	3,500,000	sudah menikah	1,500,000	online & offline	kebutuhan pokok	tidak
151	Rahiliyah	24	swasta	2,500,000	sudah menikah	1,000,000	online & offline	kosmetik & accecoris	tidak
152	Fenni	27	swasta	3,000,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	kosmetik & makanan / minuman	ya
153	Destiana Lely	22	Karyawan swasta	1,500,000	belum menikah	850,000	offline	makanan / minuman	Ya
154	Ika Irvina	21	Karyawan swasta	1,350,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian	ya
155	Bunga Rose	25	karyawan swasta	1,500,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian	ya
156	EKW	30	administrasi	1,500,000	belum menikah	1,000,000	offline	pakaian	ya
157	Umi Culsum	21	karyawan swasta	2,000,000	sudah menikah	1,500,000	online	pakaian	Tidak
158	Ayu Widya	22	karyawan swasta	1,500,000	belum menikah	1,300,000	online & offline	kosmetik, pakaian, makanan	Ya
159	Defrina Amaida	29	karyawan BUMN	4,000,000	sudah menikah	3,000,000	online & offline	makanan / minuman	ya
160	Princes	28	pegawai bank	5,000,000	sudah menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	Tidak
161	Aprilina	28	wiraswasta	4,500,000	sudah menikah	1,500,000	offline	makanan / minuman	tidak

162	Lisa	29	wiraswasta	3,000,000	sudah menikah	1,600,000	online & offline	pakaian	Tidak
163	Devi	26	banker	5,000,000	belum menikah	2,000,000	online	kosmetik	Ya
164	Linda W.	27	BUMN	10,000,000	sudah menikah	3,500,000	online	pakaian	Tidak
165	Lela Cahya	26	pegawai swasta	2,500,000	belum menikah	500,000	online	pakaian	tidak
166	Eka Nia	24	admin	1,800,000	belum menikah	300,000	online & offline	pakaian	tidak
167	Ririn Budiarsih	23	karyawan	2,000,000	belum menikah	500,000	offline	kosmetik	tidak
168	Yeni K.	29	karyawan	4,000,000	sudah menikah	3,000,000	offline	kebutuhan rumah tangga	Tidak
169	Bunda	30	BUMN	7,500,000	sudah menikah	2,000,000	online & offline	pakaian / makanan & minuman	tidak
170	YS	25	karyawan	2,100,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	Tidak
171	RJD	23	karyawan swasta	3,300,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	pakaian	tidak
172	ARJ	29	wiraswasta	3,200,000	sudah menikah	1,600,000	online & offline	makanan / minuman	tidak
173	Shandira	30	wiraswasta	3,000,000	sudah menikah	1,500,000	offline	makanan / minuman	tidak
174	Iera	23	karyawan	1,800,000	belum menikah	300,000	online & offline	kosmetik / pakaian	ya
175	Dwi Yanuar R.	24	karyawan	4,500,000	belum menikah	3,000,000	online & offline	pakaian	Ya
176	NH	30	perawat	1,000,000	belum menikah	500,000	offline	kebutuhan rumah tangga	Tidak
177	VH	22	perawat	1,500,000	belum menikah	400,000	online & offline	kosmetik	ya
178	Fenny I.	28	karyawan	2,500,000	sudah menikah	3,000,000	online & offline	makanan / minuman	ya
179	WP	28	guru honorer	1,700,000	belum menikah	500,000	offline	makanan / minuman	Tidak
180	Dartini	26	karyawan	2,500,000	sudah menikah	3,500,000	online & offline	kebutuhan rumah tangga	ya
181	Fatmawar i	30	guru	2,300,000	sudah menikah	1,200,000	online & offline	pakaian	ya
182	A	23	wirusaha	2,000,000	belum menikah	500,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
183	Eka	30	karyawan	3,500,000	sudah menikah	3,000,000	online & offline	kebutuhan rumah tangga	tidak
184	Z	25	teller	3,850,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	Tidak
185	Vita	23	Karyawan swasta	2,500,000	belum menikah	800,000	offline	pakaian	Tidak
186	VA	22	promotor	2,700,000	belum menikah	700,000	offline	makanan / minuman	Tidak
187	Vieda	29	guru	1,800,000	sudah menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	tidak
188	Sha	23	karyawan bank	3,000,000	sudah menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	Ya
189	Yesi	22	teller	2,000,000	belum menikah	1,250,000	online	kosmetik	ya
190	Karina	22	karyawan	4,000,000	belum menikah	1,000,000	online	pakaian	ya
191	APA	22	karyawan	1,000,000	belum menikah	300,000	offline	pakaian	ya
192	Fidiya	22	wiraswasta	2,500,000	belum menikah	600,000	offline	makanan / minuman	Tidak
193	AH	25	Karyawan swasta	5,000,000	belum menikah	3,000,000	offline	makanan / minuman	Tidak
194	IS	26	Karyawan swasta	4,500,000	belum menikah	3,000,000	online & offline	pakaian	Ya
195	Fianna	24	MOP	4,000,000	belum menikah	2,500,000	offline	kosmetik / makanan & minuman	ya

196	NX	24	karyawan	1,800,000	belum menikah	600,000	online & offline	pakaian	Tidak
197	EM	22	freelance	1,250,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
198	SAFA	30	BUMN	5,000,000	sudah menikah	3,000,000	online & offline	makanan / minuman	ya
199	Siska	29	BUMN	7,500,000	sudah menikah	3,000,000	online	pakaian	ya
200	Nia	30	BUMN	5,000,000	sudah menikah	4,000,000	online	pakaian	Ya
201	Intan Maulidia	22	karyawan	1,500,000	belum menikah	1,000,000	online	pakaian	ya
202	Siti Fatiyah	24	karyawati	1,800,000	sudah menikah	500,000	offline	makanan / minuman	tidak
203	Dewi Wahyuni	23	pegawai	1,500,000	belum menikah	500,000	offline	kosmetik	tidak
204	Jumharu	22	BUMN	4,000,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	pakaian	Tidak
205	Syafitri	30	swasta	1,700,000	sudah menikah	500,000	online & offline	pakaian	ya
206	Yessi Yanuar	30	karyawan bank	3,500,000	sudah menikah	3,000,000	online & offline	kebutuhan rumah tangga	Ya
207	Yuniarti	29	BUMN	3,400,000	sudah menikah	3,000,000	online	kebutuhan bayi	Tidak
208	Ibnatul Mafruhah	27	karyawan bank	3,500,000	sudah menikah	2,500,000	online & offline	pakaian	ya
209	Anita R.	28	karyawan swasta	3,000,000	sudah menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	ya
210	Nita Octania	20	pramuniaga	1,300,000	belum menikah	300,000	offline	pakaian	tidak
211	Anggun Pravita	25	sales toko	1,500,000	belum menikah	750,000	offline	pakaian	tidak
212	S	23	pegawai swasta	3,000,000	belum menikah	500,000	online	pakaian	Tidak
213	Chika	22	pegawai swasta	2,500,000	belum menikah	1,000,000	offline	makanan / minuman	Tidak
214	BR	25	karyawan honoror	1,600,000	belum menikah	1,500,000	offline	pakaian & lainnya	tidak
215	Rika	25	pegawai swasta	3,200,000	sudah menikah	1,500,000	offline	pakaian	Tidak
216	Novie	30	karyawan	5,000,000	sudah menikah	2,700,000	online & offline	makanan / minuman	tidak
217	Hardiyanti	28	karyawan honoror	1,800,000	belum menikah	1,500,000	offline	makanan / minuman	Ya
218	Aini Nur Linda	30	bidan	2,500,000	belum menikah	1,300,000	offline	makanan / minuman	tidak
219	D	30	karyawan honoror	2,500,000	sudah menikah	1,000,000	offline	makanan / minuman	Tidak
220	RM	20	karyawan	2,500,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	ya
221	Siti Aini	29	guru	2,200,000	sudah menikah	3,150,000	online & offline	tas & sepatu	ya
222	F	30	marketing	3,000,000	sudah menikah	2,000,000	offline	lainnya	tidak
223	Nelli S.	28	karyawan	3,000,000	sudah menikah	2,000,000	online & offline	makanan / minuman	ya
224	Riska Ayu	24	perawat	2,500,000	sudah menikah	1,800,000	online & offline	pakaian	ya
225	Helliyatul	28	guru	2,500,000	sudah menikah	1,500,000	online & offline	makanan / minuman	Ya
226	Lely	27	perawat	2,500,000	belum menikah	1,500,000	offline	pakaian	ya
227	Syahadatina	22	administrasi	800,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian	Ya
228	Fitria Dwi K.	23	Karyawan swasta	3,000,000	sudah menikah	2,000,000	offline	makanan / minuman	ya
229	Zela	26	swasta	4,000,000	sudah menikah	1,600,000	offline	makanan / minuman	ya
230	Artari	22	admin	700,000	belum menikah	250,000	online & offline	pakaian	Tidak

231	SF	26	karyawan	1,400,000	sudah menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	Ya
232	Diah Ayu A.	26	perawat	2,750,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
233	Yulika	23	bidan	2,500,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	makanan / minuman	ya
234	Meri Salmia	23	bidan	2,500,000	belum menikah	2,000,000	offline	pakaian	Ya
235	R	26	bidan	2,500,000	sudah menikah	500,000	online & offline	pakaian	Ya
236	N	25	bidan	2,500,000	sudah menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	Ya
237	Dhiva Valentina	22	bidan	2,500,000	belum menikah	1,500,000	offline	makanan / minuman	ya
238	Yeni R.	27	swasta	2,500,000	sudah menikah	5,000,000	online & offline :	makanan / minuman	ya
239	D	28	pns	2,700,000	sudah menikah	2,000,000	online & offline	pakaian	Ya
240	Is Wahyuni	21	bidan	2,500,000	belum menikah	1,000,000	online	makanan / minuman	ya :
241	Devi Okfita	24	bidan	2,500,000	belum menikah	2,000,000	offline	makanan / minuman	Tidak
242	Amelia	23	bidan	2,500,000	belum menikah	2,000,000	offline	makanan / minuman	tidak
243	Ulfa	24	bidan	2,500,000	sudah menikah	2,500,000	offline	kosmetik	Ya
244	Rita	27	perawat	2,500,000	sudah menikah	2,200,000	offline	makanan / minuman	Tidak
245	Mayantika	25	perawat	2,500,000	belum menikah	1,750,000	offline	alat pecah belah	Ya
246	Yuricke Silvia	23	accounting	2,500,000	belum menikah	1,500,000	offline	pakaian	tidak
247	Franda	23	finance	2,000,000	sudah menikah	1,000,000	offline	pakaian	ya
248	Tifani	22	admin & keuangan	2,100,000	belum menikah	1,500,000	offline	kosmetik	ya
249	Dianita Sari	25	karyawan	1,000,000	sudah menikah	300,000	offline	makanan / minuman	Ya
250	AF	23	marketing	2,000,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian	ya
251	Rozy Lilya	22	wiraswasta	3,300,000	sudah menikah	1,500,000	online	pakaian	ya
252	Tanti Magdalena	21	spg	2,000,000	belum menikah	1,500,000	online	makanan / minuman	ya
253	Fatimah Sudjaja	22	karyawan swasta	1,500,000	belum menikah	300,000	online & offline	pakaian	ya
254	Cindy	21	swasta	2,272,500	belum menikah	1,200,000	offline	pakaian	Tidak
255	QA	23	staff admin	1,500,000	belum menikah	500,000	offline	makanan / minuman	tidak
256	Halimatus Ambar	24	pegawai swasta	2,200,000	belum menikah	1,500,000	offline	kosmetik	ya
257	NH	28	karyawan	2,000,000	sudah menikah	600,000	offline	kosmetik	Ya
258	Sellih	24	cs	1,700,000	belum menikah	1,000,000	offline	lainnya	ya
259	Lalita	23	perawat	1,700,000	belum menikah	1,000,000	offline	makanan / minuman	Tidak
260	Yuni Kinarsih	25	pegawai rs	1,500,000	belum menikah	800,000	offline	makanan / minuman	Tidak
261	Faridah Dwi	29	karyawan swasta	2,000,000	sudah menikah	1,000,000	offline	lainnya	tidak
262	Febi	24	sekertaris	4,000,000	belum menikah	1,500,000	online	pakaian	ya
263	Alvinda	26	perawat	3,500,000	sudah menikah	3,000,000	online	lainnya	Tidak
264	Nadien	23	guru	2,500,000	sudah menikah	3,000,000	online & offline	kosmetik	Ya
265	Ice	25	karyawan swasta	2,500,000	sudah menikah	2,000,000	online :	pakaian	Ya

266	TRQ	25	admin	4,500,000	sudah menikah	1,500,000	online	pakaian	ya
267	Ika	25	phurchashing	2,500,000	belum menikah	2,500,000	offline	pakaian	tidak
268	Ginianti	26	guru	2,300,000	sudah menikah	1,500,000	offline	makanan / minuman	Tidak
269	Kiki	26	wirusaha	1,500,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	kosmetik	ya
270	Gemala Harum	25	karyawan	5,000,000	belum menikah	1,000,000	online	lainnya	tidak
271	A	23	karyawan swasta	1,500,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian	ya
272	Nisa	23	karyawan	1,000,000	belum menikah	500,000	online	makanan / minuman	Tidak
273	Shinta	24	karyawan swasta	2,500,000	sudah menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	Ya
274	AFR	22	karyawan swasta	2,500,000	belum menikah	1,500,000	offline	pakaian	Tidak
275	Titis	23	admin produksi	2,500,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
276	Sita	26	wirusaha	4,000,000	belum menikah	2,000,000	online	pakaian	Ya
277	N	23	karyawan swasta	2,500,000	belum menikah	600,000	online & offline	lainnya	tidak
278	AE	23	karyawan	2,400,000	belum menikah	1,500,000	online	makanan / minuman	Tidak
279	AD	22	tenaga lab	4,000,000	belum menikah	2,000,000	offline	pakaian	tidak
280	Devi Yunita	26	wirawasta	10,000,000	sudah menikah	7,000,000	online & offline	kosmetik	Ya
281	Era	24	radiografer	2,500,000	belum menikah	1,000,000	offline	kosmetik	ya
282	Christina	24	konsultan	5,000,000	belum menikah	2,000,000	online	pakaian	Ya
283	Kedira	24	karyawan	3,000,000	belum menikah	1,000,000	online	kosmetik	ya
284	Rima	22	karyawan	1,500,000	belum menikah	500,000	online & offline	lainnya	Tidak
285	Yuanita	22	karyawan swasta	3,000,000	belum menikah	2,000,000	offline	pakaian	ya
286	JY	22	karyawan	2,300,000	belum menikah	1,000,000	offline	makanan / minuman	tidak
287	Vina	22	admin	1,600,000	belum menikah	1,000,000	offline	makanan / minuman	ya
288	Tiara	25	prgrammer	3,500,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	makanan / minuman	ya
289	Rika	26	wirusaha	3,000,000	sudah menikah	1,000,000	online	lainnya	ya
290	Merlinda	22	karyawan swasta	1,500,000	belum menikah	500,000	online	lainnya	Tidak
291	K	22	karyawan swasta	2,000,000	belum menikah	1,300,000	offline	pakaian	Ya
292	Rendarian ti	23	pegawai kontrak	3,550,000	belum menikah	500,000	offline	lainnya	tidak
293	Qiqi	25	pelatih	3,000,000	belum menikah	1,500,000	offline	lainnya	Tidak
294	Devy	22	swasta	2,000,000	belum menikah	1,500,000	offline	lainnya	Tidak
295	Anjela	22	pegawai	2,300,000	belum menikah	800,000	offline	makanan / minuman	tidak
296	TR	24	freelance	1,000,000	belum menikah	800,000	online	pakaian	ya
297	AY	24	karyawan swasta	6,000,000	belum menikah	2,500,000	online & offline	pakaian	ya
298	Eny	23	karyawan swasta	2,000,000	belum menikah	500,000	offline	pakaian	Ya
299	Misa	24	karyawan	2,500,000	sudah menikah	1,000,000	offline	lainnya	ya
300	Laksari	24	swasta	3,000,000	belum menikah	1,000,000	oline & offline	kosmetik	Ya

301	Ria	30	sales	3,000,000	sudah menikah	1,800,000	online & offline	kosmetik	Ya
302	Asoka Bunga	24	karyawan swasta	2,500,000	belum menikah	1,200,000	online & offline	kosmetik	Ya
303	Indah	22	pegawai swasta	3,000,000	belum menikah	1,700,000	online & offline	makanan / minuman	Ya
304	Aprilia	27	swasta	5,000,000	belum menikah	2,500,000	online & offline	kosmetik	Ya
305	Dian	25	swasta	5,000,000	sudah menikah	3,500,000	offline	pakaian	Tidak
306	Devi	24	resepsionis	4,500,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	makanan / minuman	Ya
307	Putri Budhayarto	25	vocalis	3,000,000	belum menikah	5,000,000	online & offline	pakaian	Ya
308	Namji	30	pemijat	3,500,000	sudah menikah	2,000,000	offline	makanan / minuman	Tidak
309	Siwi	22	wiraswasta	2,500,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	pakaian	tidak
310	Aqni Grahito	22	wiraswasta	2,000,000	belum menikah	1,200,000	online & offline	pakaian	ya
311	Sarah	23	wiraswasta	2,300,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	semuanya	tidak
312	Ria Devita M.	22	karyawan swasta	2,000,000	belum menikah	1,500,000	online	kosmetik	ya
313	Devi	22	wiraswasta	2,600,000	belum menikah	650,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
314	Iga	22	wiraswasta	2,500,000	belum menikah	750,000	online & offline	pakaian	ya
315	Novita Kurniasari	21	wiraswasta	1,500,000	belum menikah	600,000	offline :	makanan / minuman	tidak
316	Dian Retno	22	karyawan swasta	2,272,000	sudah menikah	1,500,000	offline	makanan / minuman	Ya
317	Kiki	25	admin	2,200,000	sudah menikah	2,000,000	offline	makanan / minuman	tidak
318	Yuni	22	staff hrd	2,300,000	belum menikah	1,200,000	online & offline	makanan / minuman	ya
319	Frida	21	karyawan swasta	2,300,000	belum menikah	800,000	offline	pakaian & makanan / minuman	tidak
320	Hanny Katera	24	pegawai swasta	2,400,000	sudah menikah	1,200,000	offline	makanan / minuman	ya
321	Ida Noritasari	25	swasta	2,500,000	belum menikah	900,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
322	Amel	20	karyawan	2,000,000	belum menikah	1,000,000	offline	makanan / minuman	tidak
323	Laialatus	24	swasta	2,400,000	sudah menikah	1,600,000	online	pakaian & makanan / minuman	ya
324	Kikie	23	karyawan bank	4,000,000	belum menikah	3,000,000	online & offline	kosmetik	ya
325	Nindy	22	pegawai swasta	2,000,000	belum menikah	1,000,000	offline	pakaian	Tidak
326	S	25	karyawan swasta	2,000,000	belum menikah	1,250,000	online & offline	pakaian	ya
327	KBN	24	karyawan swasta	2,500,000	belum menikah	1,200,000	offline	makanan / minuman	Ya
328	Cahaya Jamilah	20	pegawai	3,500,000	belum menikah	500,000	online & offline	pakaian	Tidak
329	AN	30	karyawan swasta	2,200,000	belum menikah	700,000	online & offline	makanan / minuman	ya
330	Yuniar Fakhrun	23	wiraswasta	2,800,000	belum menikah	750,000	online & offline	makanan / minuman	ya
331	Ofi	22	karyawan swasta	2,650,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	makanan / minuman	ya
332	Khoirunni kmah	22	karyawan swasta	2,500,000	belum menikah	1,000,000	offline	makanan / minuman	tidak
333	Reta	24	konsultan	5,000,000	belum menikah	2,000,000	online & offline	pakaian	tidak

334	Ayu	29	guru	2,100,000	sudah menikah	2,000,000	online & offline	makanan / minuman	Tidak
335	Atun	22	karyawan swasta	2,000,000	belum menikah	1,500,000	offline	makanan / minuman	Ya
336	Nur Anisyah	25	satpol pp	1,500,000	belum menikah	1,100,000	offline	makanan / minuman	Tidak
337	Mutia M.	23	satpol pp	1,500,000	belum menikah	900,000	offline	makanan / minuman	ya
338	GA	28	swasta	25,000,000	belum menikah	2,000,000	online	kosmetik	ya
339	IA	21	karyawan swasta	2,000,000	belum menikah	800,000	online & offline	pakaian & makanan / minuman	ya
340	NH	26	karyawan swasta	2,750,000	belum menikah	1,500,000	online	pakaian	Tidak
341	RT	26	pegawai swasta	2,000,000	belum menikah	750,000	offline	makanan / minuman	ya
342	Dyah Rachmawati	25	karyawan swasta	2,500,000	belum menikah	1,000,000	online & offline	pakaian	ya
343	Suci W.	30	wiraswasta	2,800,000	sudah menikah	1,500,000	offline	makanan / minuman	Tidak
344	MSP	24	karyawan swasta	2,000,000	belum menikah	500,000	offline	makanan / minuman	ya
345	Onik Audia	21	karyawati	2,000,000	belum menikah	1,200,000	online	kosmetik	ya
346	IN	30	counter sales	10,000,000	sudah menikah	6,000,000	online & offline	pakaian	Tidak
347	NA	23	karyawan swasta	2,500,000	belum menikah	1,500,000	online & offline	kosmetik & pakaian	ya
348	AKC	30	counter sales	20,000,000	belum menikah	12,000,000	online & offline	pakaian	Tidak
349	RN	28	marketing	2,800,000	sudah menikah	1,500,000	offline	pakaian	Ya
350	Susy	30	swasta	2,100,000	sudah menikah	500,000	online & offline	makanan / minuman	ya

Data Skala Kematangan Emosi

NO	NAMA/ INISIAL	NO ITEM																	tot al	Kategori	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17			18
1	Ellen	4	3	2	2	2	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	44	Rendah
2	Zeta Rivlinia Sari	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	3	2	4	3	4	2	53	Rendah
3	Ike	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	55	Tinggi
4	Rosidah	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	50	Rendah
5	MF	3	4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	53	Rendah
6	Alfa	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	59	Tinggi
7	RS	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	50	Rendah
8	Nurul	4	4	4	4	4	3	3	4	1	4	3	2	3	2	3	3	3	3	57	Tinggi
9	Ira	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	57	Tinggi
10	Wenny	4	4	3	2	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	63	Tinggi
11	Ajeng	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	60	Tinggi
12	SL	3	4	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	53	Rendah
13	Dian	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	51	Rendah
14	Dhewanti Permatasari	3	4	4	3	3	1	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3	4	3	54	Tinggi
15	RKA	3	4	3	4	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	53	Rendah
16	Ines	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	63	Tinggi
17	Vio	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	3	2	4	4	4	3	62	Tinggi
18	Kasi Suci	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	1	1	4	3	4	4	4	4	50	Rendah
19	Fardhana Sesareta A.	3	4	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	58	Tinggi
20	N	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58	Tinggi
21	Lia	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	Tinggi
22	Elliska Yuliana	3	4	3	2	4	3	4	3	2	2	3	2	4	3	4	3	4	3	56	Tinggi
23	O	2	4	4	3	3	3	4	3	2	3	2	2	4	3	4	3	3	4	56	Tinggi
24	Kriesti	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	56	Tinggi
25	Ella	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	52	Rendah
26	HM	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	2	4	3	4	3	3	4	61	Tinggi
27	Esha	3	4	3	3	3	4	4	4	2	2	2	3	4	2	3	3	4	4	57	Tinggi
28	SS	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	54	Tinggi
29	TI	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	55	Tinggi
30	M	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	48	Rendah
31	TN	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	52	Rendah
32	FD	2	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	59	Tinggi
33	Devi	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	58	Tinggi
34	Ira	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	57	Tinggi
35	Yulia Andini	3	3	1	2	3	3	3	3	1	2	2	2	3	3	3	4	3	3	47	Rendah
36	Henis	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	57	Tinggi
37	Anis	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	53	Rendah

38	Neneng	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	52	Rendah
39	Yemima Candala	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	4	1	4	2	3	4	4	3	52	Rendah
40	Chesil	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	59	Tinggi
41	Mbok Ra	4	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	1	3	2	3	4	4	3	54	Tinggi
42	Chesil	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	56	Tinggi
43	Vanre July	2	4	3	3	3	4	4	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	3	51	Rendah
44	Fitri	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	56	Tinggi
45	Egi Qory I.	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	65	Tinggi
46	Kartika	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	56	Tinggi
47	Arsha	3	3	2	3	3	3	4	3	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	54	Tinggi
48	Ayik	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	4	3	3	4	2	3	2	50	Rendah
49	Angela Yunitasari	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	56	Tinggi
50	Rani	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	58	Tinggi
51	DKN	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	4	60	Tinggi
52	YIP	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	57	Tinggi
53	Rana	3	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	2	3	3	3	3	4	3	57	Tinggi
54	DH	3	3	2	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	4	4	4	3	2	53	Rendah
55	Fitri Nur H.	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	47	Rendah
56	Adnin	3	4	3	3	3	3	4	3	4	1	2	2	3	2	4	4	3	3	54	Tinggi
57	R	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	50	Rendah
58	Diah Sukma	2	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	55	Tinggi
59	HP	3	4	4	2	4	2	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	58	Tinggi
60	Ienas Beauty K.	3	3	1	2	3	3	4	4	2	2	1	2	4	4	1	3	3	2	47	Rendah
61	Rizky	3	4	3	4	3	2	3	4	2	2	3	2	3	3	3	4	3	3	54	Tinggi
62	Nisa	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	49	Rendah
63	N	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	44	Rendah
64	Wulan	2	4	4	2	3	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	60	Tinggi
65	Rodiyah Aisyah	1	3	2	3	1	3	4	2	2	1	2	3	3	1	4	3	2	3	43	Rendah
66	Herlin Rusdiana	3	3	4	4	4	1	3	4	3	4	3	1	4	3	3	4	4	3	58	Tinggi
67	Jingga Wati	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	61	Tinggi
68	Minnatul Karomah	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	48	Rendah
69	Nina	2	2	2	2	3	4	2	3	2	2	1	1	3	4	3	3	3	3	45	Rendah
70	Septy Diah	2	3	4	2	3	4	3	4	3	3	1	1	4	2	4	4	4	3	54	Tinggi
71	Nur Atik Soraya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	69	Tinggi
72	Bela	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	58	Tinggi
73	Aan Selviatul	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	1	1	2	1	4	4	3	3	45	Rendah
74	Susi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	52	Rendah
75	Miska	2	2	2	2	1	4	4	4	2	1	1	1	2	3	4	4	4	4	47	Rendah
76	Imroatul Mufidah	3	4	4	2	3	1	3	3	2	2	3	2	4	4	4	4	3	3	54	Tinggi
77	Eka Fitriyaningsih	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	60	Tinggi
78	Ita	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	48	Rendah

79	Ervin	2	4	1	1	3	2	4	4	1	1	1	1	4	1	3	3	3	2	41	Rendah
80	Bella	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	68	Tinggi
81	Mila	1	4	4	2	4	3	3	4	2	2	2	2	3	2	4	4	4	3	53	Rendah
82	Lucyana Indah P.	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	54	Tinggi
83	Anggia	2	4	2	2	2	2	4	3	2	1	1	2	3	3	4	4	3	3	47	Rendah
84	Maneni	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	52	Rendah
85	BA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	53	Rendah
86	AM	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	53	Rendah
87	Risa Tri Utami	2	2	1	3	3	3	4	4	1	2	1	1	2	2	4	4	2	2	43	Rendah
88	Elina Dwi A.	3	3	2	2	1	4	3	3	2	2	2	2	4	2	3	3	4	3	48	Rendah
89	Hikmawati	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	4	4	4	49	Rendah
90	S	4	4	1	2	1	3	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	46	Rendah
91	Widya Citra	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	1	1	4	1	4	4	4	4	48	Rendah
92	Ayu Balqis	4	3	2	2	2	3	4	3	1	2	1	2	4	1	4	4	4	4	50	Rendah
93	Agustria A	4	4	1	2	1	3	4	3	1	2	1	2	4	2	4	4	4	4	50	Rendah
94	Khusnul	4	3	1	1	1	2	3	4	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	43	Rendah
95	AY	4	3	2	1	2	4	3	3	2	2	1	2	4	2	4	3	4	3	49	Rendah
96	Devi D.	3	3	1	2	1	3	4	3	1	1	1	2	4	2	4	3	4	3	45	Rendah
97	R	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	60	Tinggi
98	Ulvi	3	4	2	3	2	3	3	1	1	3	4	2	1	2	3	3	3	3	46	Rendah
99	Maria	3	4	4	3	2	3	3	1	4	3	4	2	1	2	3	3	3	3	51	Rendah
100	Riska	4	3	2	3	2	4	3	3	1	1	3	2	3	2	4	3	4	3	50	Rendah
101	Siti Fatimah	3	2	2	2	2	2	3	3	3	1	1	2	4	2	2	3	4	2	43	Rendah
102	Liana P.	4	4	2	3	1	4	3	4	1	1	2	1	2	1	4	3	2	4	46	Rendah
103	Tyas Widya	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	53	Rendah
104	Rifqa	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	54	Tinggi
105	Kartika	3	4	3	4	3	3	3	3	1	2	3	2	3	3	3	3	4	3	53	Rendah
106	Lusiana	3	4	2	3	2	3	2	3	1	1	2	2	2	1	3	3	3	4	44	Rendah
107	Nurhayati	4	4	1	2	1	4	2	4	1	2	3	1	3	1	3	3	4	2	45	Rendah
108	Rifka Dwi A.	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	63	Tinggi
109	Ardhita	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	55	Tinggi
110	Rina Eka A.	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	4	2	4	4	3	3	55	Tinggi
111	Fatimah	3	4	3	2	4	2	1	4	3	2	3	2	4	3	4	4	4	2	54	Tinggi
112	AM	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	4	2	4	4	3	2	54	Tinggi
113	Rica	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	54	Tinggi
114	Rizki Ramadhani	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52	Rendah
115	Defrita Priya S.	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	51	Rendah
116	Misnati	3	4	2	3	3	3	4	3	2	2	2	1	4	4	4	4	4	3	55	Tinggi
117	Eka Wijayati	4	3	4	2	3	3	3	4	3	2	2	2	4	3	3	4	4	4	57	Tinggi
118	Syifa	3	4	3	2	2	2	3	4	2	2	1	1	4	2	3	4	4	3	49	Rendah
119	Dinda Fitriyah	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	67	Tinggi

120	Ulfatun Nisa	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	4	2	4	4	3	3	57	Tinggi
121	Rasika Ulfa	2	3	3	3	3	1	3	3	4	1	2	1	3	4	4	4	1	1	46	Rendah
122	Sakila Ismawati	2	3	4	4	2	3	4	3	4	2	2	3	3	4	4	3	3	3	56	Tinggi
123	Nabila	3	4	3	4	2	3	4	3	4	1	3	2	3	4	4	4	3	4	58	Tinggi
124	Shilta Dwi M.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	1	1	52	Rendah
125	Intan Erlia	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	52	Rendah
126	Rissa	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	54	Tinggi
127	Elsa	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	50	Rendah
128	Gita Dwi	3	4	3	4	4	3	3	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	52	Rendah
129	Fadilla Permatasari	4	4	3	2	3	3	4	4	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	59	Tinggi
130	Amel	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	49	Rendah
131	Novita	4	1	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	3	3	3	1	2	2	40	Rendah
132	Diana Anggun	3	3	3	3	3	4	3	3	4	1	2	2	4	4	4	4	4	3	57	Tinggi
133	Nurul Febrina	3	3	2	4	4	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	54	Tinggi
134	Siti Rifqiyyatul	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	1	3	3	4	4	4	4	4	60	Tinggi
135	Rani Nur Fitriah	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	49	Rendah
136	Eni Iswati	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	50	Rendah
137	Fitriatunnisak	3	3	3		4	3	3	3	4	3	2	2	1	2	3	3	3	3	48	Rendah
138	Rita	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	1	4	3	4	4	2	2	50	Rendah
139	Elok	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	Tinggi
140	Nurul Qomariah	4	3	3	3	1	3	3	4	2	2	2	2	3	2	4	4	3	4	52	Rendah
141	Defi Nurhasanah	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	48	Rendah
142	Nabila Putri	3	4	2	2	3	3	3	4	2	1	1	2	3	3	3	4	4	3	50	Rendah
143	Nurul Jannah	4	3	4	2	4	4	3	4	3	2	4	3	2	4	4	4	1	1	56	Tinggi
144	Isa	3	3	3	3	3	2	3	4	2	1	2	2	2	1	4	3	2	3	46	Rendah
145	Arina Felani	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	4	3	4	56	Tinggi
146	Faizah Tri R.	3	3	2	4	2	3	2	3	3	1	1	1	3	3	1	4	4	2	45	Rendah
147	Sekar	3	4	4	2	3	3	4	4	4	2	3	2	4	2	4	4	3	3	58	Tinggi
148	Citrawati	3	4	3	2	4	3	3	4	1	2	2	3	4	4	4	4	3	4	57	Tinggi
149	Nurika L.	3	4	3	3	3	3	4	3	3		1	2	3	3	3	3	3	3	50	Rendah
150	Ara Maghfiroh	3	4	3	4	4	3	3	3	2	1	2	2	3	1	4	3	3	3	51	Rendah
151	Rahiliyah	3	4	3	2	2	3	4	4	4	1	2	2	3	3	4	4	3	2	53	Rendah
152	Fenni	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	51	Rendah
153	Destiana Lely	3	4	3	4	3	3	3	4	2	1	2	3	4	3	4	4	4	3	57	Tinggi
154	Ika Irvina	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	50	Rendah
155	Bunga Rose	2	3	3	2	2	1	2	3	1	1	1	2	3	3	3	3	3	2	40	Rendah
156	EKW	3	3	3	2	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	51	Rendah
157	Umi Culsum	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	61	Tinggi
158	Ayu Widya	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	51	Rendah
159	Defrina Amaida	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	52	Rendah
160	Princes	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	59	Tinggi

161	Aprilina	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	52	Rendah
162	Lisa	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	52	Rendah
163	Devi	1	3	1	3	2	3	3	4	2	2	2	3	4	1	4	4	3	48	Rendah
164	Linda W.	3	3	3	3	3	4	4	4	3	1	1	2	3	2	3	3	3	51	Rendah
165	Lela Cahya	3	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	60	Tinggi
166	Eka Nia	3	4	2	2	2	4	3	3	1	2	2	2	4	2	4	3	3	50	Rendah
167	Ririn Budiarsih	3	4	3	4	2	3	3	4	3	1	4	3	4	3	3	4	3	55	Tinggi
168	Yeni K.	2	4	2	2	1	4	4	3	2	1	2	2	4	2	4	4	4	50	Rendah
169	Bunda	2	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	53	Rendah
170	YS	1	4	3	3	4	3	3	3	4	1	3	1	1	3	4	4	3	51	Rendah
171	RJD	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	55	Tinggi
172	ARJ	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	Tinggi
173	Shandira	3	3	4	3	2	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	54	Tinggi
174	Iera	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	3	63	Tinggi
175	Dwi Yanuar R.	3	3	1	2	1	3	4	3	2	2	1	2	3	1	3	4	3	44	Rendah
176	NH	3	4	1	1	1	4	3	4	1	1	1	1	4	1	4	4	4	46	Rendah
177	VH	2	4	2	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	1	4	4	4	59	Tinggi
178	Fenny I.	2	3	2	1	2	3	4	3	1	2	1	1	4	2	4	3	4	46	Rendah
179	WP	3	4	2	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	1	4	4	4	60	Tinggi
180	Dartini	4	4	2	2	1	3	4	3	2	2	2	1	3	1	4	4	3	48	Rendah
181	Fatmawari	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	52	Rendah
182	A	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	48	Rendah
183	Eka	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	47	Rendah
184	Z	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	55	Tinggi
185	Vita	3	3	3	3	3	2	4	4	3	2	3	2	3	3	4	4	3	55	Tinggi
186	VA	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	52	Rendah
187	Vieda	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	61	Tinggi
188	Sha	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	57	Tinggi
189	Yesi	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	52	Rendah
190	Karina	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	61	Tinggi
191	APA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	53	Rendah
192	Fidiya	2	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	50	Rendah
193	AH	3	4	1	2	2	3	3	4	2	1	2	1	3	3	2	2	2	42	Rendah
194	IS	3	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	53	Rendah
195	Fianna	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	54	Tinggi
196	NX	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	51	Rendah
197	EM	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	51	Rendah
198	SAFA	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	54	Tinggi
199	Siska	3	4	4	3	2	3	3	1	1	3	3	1	2	2	4	3	3	48	Rendah
200	Nia	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	56	Tinggi
201	Intan Maulidia	3	3	3	3	1	3	2	1	2	2	3	2	1	2	2	3	3	40	Rendah

202	Siti Fatiyah	4	4	2	3	1	3	3	4	1	1	1	2	4	2	4	4	3	4	50	Rendah
203	Dewi Wahyuni	3	2	2	4	2	4	2	3	4	2	1	2	2	4	3	2	3	1	46	Rendah
204	Jumharu	3	3	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	38	Rendah
205	Syafitri	3	3	2	1	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	48	Rendah
206	Yessi Yanuar	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	58	Tinggi
207	Yuniarti	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	Tinggi
208	Ibnatul Mafruhah	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	53	Rendah
209	Anita R.	3	3	1	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	50	Rendah
210	Nita Octania	3	3	1	2	2	2	4	3	2	1	2	2	3	1	4	4	3	3	45	Rendah
211	Anggun Pravita	4	4	1	3	1	4	4	4	3	3	1	3	4	3	4	4	4	4	58	Tinggi
212	S	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	48	Rendah
213	Chika	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	53	Rendah
214	BR	4	4	1	1	1	2	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4	55	Tinggi
215	Rika	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	46	Rendah
216	Novie	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	3	4	3	4	4	3	54	Tinggi
217	Hardiyanti	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	53	Rendah
218	Aini Nur Linda	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	59	Tinggi
219	D	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	53	Rendah
220	RM	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	4	2	3	3	3	3	53	Rendah
221	Siti Aini	2	3	4	4	3	3	4	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2	3	47	Rendah
222	F	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	51	Rendah
223	Nelli S.	4	4	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	47	Rendah
224	Riska Ayu	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	48	Rendah
225	Helliyatul	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	48	Rendah
226	Lely	3	4	2	2	3	2	4	4	3	1	2	1	3	2	3	3	3	4	49	Rendah
227	Syihadatina	3	3	2	3	2	4	3	3	1	1	2	3	3	2	4	3	4	4	50	Rendah
228	Fitria Dwi K.	3	4	3	2	3	3	4	4	3	1	1	2	4	4	4	4	4	2	55	Tinggi
229	Zela	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	61	Tinggi
230	Artari	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	58	Tinggi
231	SF	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	52	Rendah
232	Diah Ayu A.	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	52	Rendah
233	Yulika	3	4	2	2	2	3	3	3	2	1	1	1	4	2	3	4	3	3	46	Rendah
234	Meri Salmia	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	57	Tinggi
235	R	3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	1	3	56	Tinggi
236	N	3	4	2	2	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	55	Tinggi
237	Dhiva Valentina	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	54	Tinggi
238	Yeni R.	3	4	2	2	3	2	4	4	3	1	2	1	3	2	3	3	3	4	49	Rendah
239	D	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	52	Rendah
240	Is Wahyuni	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	4	3	48	Rendah
241	Devi Okfita	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	49	Rendah
242	Amelia	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	52	Rendah

284	Rima	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	50	Rendah
285	Yuanita	4	4	3	4	1	3	4	3	3	4	2	2	4	4	3	4	4	3	59	Tinggi
286	JY	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71	Tinggi
287	Vina	3	3	2	2	2	2	3	3	2	1	2	3	4	2	4	4	4	3	49	Rendah
288	Tiara	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	4	62	Tinggi
289	Rika	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	51	Rendah
290	Merlinda	3	3	2	2	3	3	3	4	3	2	2	2	3	3	4	4	3	3	52	Rendah
291	K	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	51	Rendah
292	Rendarianti	4	3	2	3	3	2	3	3	2	1	2	1	4	1	4	4	2	4	48	Rendah
293	Qiqi	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	64	Tinggi
294	Devy	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	55	Tinggi
295	Anjela	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	3	2	2	46	Rendah
296	TR	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53	Rendah
297	AY	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	54	Tinggi
298	Eny	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	4	3	2	56	Tinggi
299	Misa	3	4	4	2	4	3	4	4	3	2	2	3	4	3	4	4	4	4	61	Tinggi
300	Laksari	4	3	2	2	2	3	3	3	1	3	3	3	4	2	2	3	3	3	49	Rendah
301	Ria	4	4	1	4	2	3	3	3	1	4	4	4	3	4	2	2	3	2	53	Rendah
302	Asoka Bunga	4	3	2	1	1	4	4	3	3	4	4	3	1	3	3	2	2	1	48	Rendah
303	Indah	4	3	1	1	2	1	2	3	1	4	1	2	2	2	4	1	4	1	39	Rendah
304	Aprilia	4	4	1	4	4	2	4	4	1	4	1	3	4	3	4	4	4	4	59	Tinggi
305	Dian	3	3	2	1	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	4	2	3	3	50	Rendah
306	Devi	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	51	Rendah
307	Putri Budhayarto	2	3	4	3	2	3	3	4	2	3	2	2	4	4	4	4	3	2	54	Tinggi
308	Namji	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	1	4	4	4	4	62	Tinggi
309	Siwi	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	42	Rendah
310	Aqni Grahito	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	3	3	52	Rendah
311	Sarah	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	66	Tinggi
312	Ria Devita M.	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	48	Rendah
313	Devi	2	3	2	2	3	3	2	2	4	2	4	4	3	2	4	2	3	4	51	Rendah
314	Iga	2	4	3	2	3	3	4	3	3	1	3	3	3	4	3	4	3	2	53	Rendah
315	Novita Kurniasari	3	4	3	2	4	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	4	3	3	56	Tinggi
316	Dian Retno	2	4	2	2	3	3	3	4	2	2	3	2	3	1	4	3	3	3	49	Rendah
317	Kiki	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	53	Rendah
318	Yuni	3	3	3	4	2	3	4	3	1	3	3	3	3	4	3	4	4	4	57	Tinggi
319	Frida	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	48	Rendah
320	Hanny Katera	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	58	Tinggi
321	Ida Noritasari	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	4	3	52	Rendah
322	Amel	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	4	4	4	2	51	Rendah
323	Laialatus	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	59	Tinggi
324	Kikie	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	3	4	2	3	3	1	3	57	Tinggi

325	Nindy	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	55	Tinggi
326	S	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	55	Tinggi
327	KBN	3	4	2	4	4	4	2	3	1	2	1	2	4	3	4	4	4	4	55	Tinggi
328	Cahaya Jamilah	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56	Tinggi
329	AN	3	4	3	3	2	3	4	4	3	2	2	2	4	2	3	4	3	3	54	Tinggi
330	Yuniar Fakhrun	3	2	4	3	4	2	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	57	Tinggi
331	Ofi	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	4	60	Tinggi
332	Khoirunnimah	2	3	2	3	3	3	4	3	2	4	3	1	3	3	3	4	3	3	52	Rendah
333	Reta	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58	Tinggi
334	Ayu	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	2	1	4	3	3	4	4	3	56	Tinggi
335	Atun	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	68	Tinggi
336	Nur Anisyah	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70	Tinggi
337	Mutia M.	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	2	4	4	4	4	4	3	64	Tinggi
338	GA	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	47	Rendah
339	IA	3	4	1	2	3	2	3	3	2	1	3	2	3	3	4	4	3	3	49	Rendah
340	NH	3	4	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	4	4	3	3	53	Rendah
341	RT	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	53	Rendah
342	Dyah Rachmawati	3	4	4	4	1	4	4	4	1	3	1	1	4	3	4	4	4	4	57	Tinggi
343	Suci W.	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	1	3	52	Rendah
344	MSP	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	54	Tinggi
345	Onik Audia	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	1	4	3	3	4	54	Tinggi
346	IN	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	51	Rendah
347	NA	3	3	2	2	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	4	4	3	52	Rendah
348	AKC	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	Tinggi
349	RN	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	49	Rendah
350	Susy	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	2	3	4	4	3	62	Tinggi

Data Skala *Implusive Buying*

NO	NAMA/INISIAL	NO ITEM																		total	Kategori
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
1	Ellen	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	1	1	36	Rendah
2	Zeta Rivlinia Sari	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	38	Rendah
3	Ike	2	2	2	2	2	1	1	2	1	3	2	1	2	2	1	2	2	2	32	Rendah
4	Rosidah	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	46	Tinggi
5	MF	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	51	Tinggi
6	Alfa	2	3	2	1	2	3	1	4	3	3	3	3	4	2	2	2	1	2	43	Tinggi
7	RS	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	39	Rendah
8	Nurul	2	2	2	1	1	1	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	33	Rendah
9	Ira	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	34	Rendah
10	Wenny	3	2	2	2	4	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	1	2	42	Tinggi

11	Ajeng	4	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	46	Tinggi
12	SL	3	3	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	2	4	50	Tinggi
13	Dian	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	39	Rendah
14	Dhewanti Permatasari	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	42	Tinggi
15	RKA	2	2	1	1	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	34	Rendah
16	Ines	2	2	2	1	2	2	2	4	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	33	Rendah
17	Vio	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	3	1	1	32	Rendah
18	Kasi Suci	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	25	Rendah
19	Fardhana Sesareta A.	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	37	Rendah
20	N	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	31	Rendah
21	Lia	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	49	Tinggi
22	Elliska Yuliana	3	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	39	Rendah
23	O	2	1	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	32	Rendah
24	Kriesti	2	2	1	1	2	1	2	4	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	30	Rendah
25	Ella	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	42	Tinggi
26	HM	1	3	1	1	1	1	1	4	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	26	Rendah
27	Esha	4	4	2	2	2	2	1	3	2	3	1	2	1	2	2	3	1	1	38	Rendah
28	SS	3	2	1	1	2	2	1	4	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	31	Rendah
29	TI	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	43	Tinggi
30	M	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	40	Rendah
31	TN	3	3	2	2	4	2	2	4	1	4	2	2	2	3	2	3	2	2	45	Tinggi
32	FD	3	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3	3	2	4	3	3	1	3	49	Tinggi
33	Devi	2	2	1	1	3	2	2	4	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	30	Rendah
34	Ira	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	37	Rendah
35	Yulia Andini	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	59	Tinggi
36	Henis	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	3	1	3	2	2	2	2	1	33	Rendah
37	Anis	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37	Rendah
38	Neneng	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37	Rendah
39	Yemima Candala	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	27	Rendah
40	Chesil	3	1	1	1	3	2	2	4	1	2	3	2	2	2	2	1	1	1	34	Rendah
41	Mbok Ra	3	2	1	2	2	1	1	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	33	Rendah
42	Chesil	2	2	1	2	2	2	1	3	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	31	Rendah
43	Vanre July	3	2	2	2	3	2	2	4	1	3	2	2	3	3	2	3	2	2	43	Tinggi
44	Fitri	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	35	Rendah
45	Egi Qory I.	2	3	2	1	2	2	2	3	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	30	Rendah
46	Kartika	2	2	1	2	2	1	1	4	1	3	1	1	2	3	1	3	2	1	33	Rendah
47	Arsha	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	38	Rendah
48	Ayik	2	4	2	1	1	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	1	2	38	Rendah
49	Angela Yunitasari	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	51	Tinggi
50	Rani	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	33	Rendah

51	DKN	3	2	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1	3	2	1	4	2	1	35	Rendah
52	YIP	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	4	3	2	4	1	1	46	Tinggi
53	Rana	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	36	Rendah
54	DH	3	2	2	1	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	43	Tinggi
55	Fitri Nur H.	4	3	2	2	4	3	2	4	3	1	3	2	3	4	2	2	4	3	51	Tinggi
56	Adnin	2	2	1	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	1	2	1	39	Rendah
57	R	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	40	Rendah
58	Diah Sukma	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	4	2	2	46	Tinggi
59	HP	2	2	1	1	2	2	1	3	1	2	2	2	1	4	2	3	2	1	34	Rendah
60	Ienas Beauty K.	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	4	2	57	Tinggi
61	Rizky	2	3	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	27	Rendah
62	Nisa	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	47	Tinggi
63	N	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	48	Tinggi
64	Wulan	2	2	2	2	3	1	2	4	1	3	1	2	2	2	2	4	2	2	39	Rendah
65	Rodiyah Aisyah	4	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	1	1	44	Tinggi
66	Herlin Rusdiana	1	2	3	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	35	Rendah
67	Jingga Wati	2	2	1	1	2	1	2	4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	33	Rendah
68	Minnatul Karomah	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	46	Tinggi
69	Nina	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	60	Tinggi
70	Septy Diah	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	61	Tinggi
71	Nur Atik Soraya	1	1	1	2	2	1	2	4	2	3	2	1	2	1	1	3	2	1	32	Rendah
72	Bela	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36	Rendah
73	Aan Selviatul	4	2	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	65	Tinggi
74	Susi	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	38	Rendah
75	Miska	4	4	1	4	2	1	1	4	1	2	3	1	3	4	1	4	3	3	46	Tinggi
76	Imroatul Mufidah	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	36	Rendah
77	Eka Fitriyaningsih	1	1	1	1	1	2	1	4	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	28	Rendah
78	Ita	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	44	Tinggi
79	Ervin	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	63	Tinggi
80	Bella	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	35	Rendah
81	Mila	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	62	Tinggi
82	Lucyana Indah P.	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	1	2	3	2	3	2	2	39	Rendah
83	Anggia	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	2	1	3	1	2	2	3	41	Tinggi
84	Maneni	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36	Rendah
85	BA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36	Rendah
86	AM	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36	Rendah
87	Risa Tri Utami	2	2	1	2	2	2	1	4	1	3	1	1	2	3	1	4	2	2	36	Rendah
88	Elina Dwi A.	3	3	2	4	3	1	2	4	2	3	1	2	4	3	2	4	3	4	50	Tinggi
89	Hikmawati	3	3	2	3	3	1	1	3	2	4	2	1	4	3	2	4	4	3	48	Tinggi
90	S	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	47	Tinggi

91	Widya Citra	2	3	2	2	3	1	1	3	3	4	2	3	4	3	2	4	3	4	49	Tinggi
92	Ayu Balqis	4	3	3	4	4	3	2	4	3	3	1	2	4	3	1	3	4	3	54	Tinggi
93	Agustria A	3	4	2	2	3	1	2	2	2	4	3	2	4	3	3	2	2	2	46	Tinggi
94	Khusnul	4	3	1	4	4	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	45	Tinggi
95	AY	4	3	1	3	4	3	4	2	2	2	4	3	3	2	4	2	3	2	51	Tinggi
96	Devi D.	2	2	1	2	3	3	1	3	3	4	3	1	3	2	1	2	3	4	43	Tinggi
97	R	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	4	2	2	41	Tinggi
98	Ulvi	1	1	2	1	1	2	2	3	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	27	Rendah
99	Maria	1	1	2	1	1	2	2	3	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	27	Rendah
100	Riska	4	3	2	3	3	1	2	4	2	3	2	1	3	4	2	3	4	4	50	Tinggi
101	Siti Fatimah	3	3	3	4	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	51	Tinggi
102	Liana P.	4	4	2	2	4	2	1	2	3	4	1	2	4	2	1	3	2	4	47	Tinggi
103	Tyas Widya	2	3	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	35	Rendah
104	Rifqa	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	39	Rendah
105	Kartika	3	4	3	3	4	3	2	3	1	3	3	1	3	3	1	3	3	4	50	Tinggi
106	Lusiana	4	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	1	3	3	1	3	3	4	48	Tinggi
107	Nurhayati	4	4	1	3	4	1	2	4	3	4	1	2	4	4	2	4	3	3	53	Tinggi
108	Rifka Dwi A.	3	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	43	Tinggi
109	Ardhita	2	3	2	1	2	3	2	3	2	4	2	2	2	3	2	3	1	2	41	Tinggi
110	Rina Eka A.	1	2	1	1	2	1	1	3	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	33	Rendah
111	Fatimah	1	2	1	1	4	1	1	1	1	3	2	2	3	3	2	2	2	2	34	Rendah
112	AM	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	42	Tinggi
113	Rica	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	41	Tinggi
114	Rizki Ramadhani	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	39	Rendah
115	Defrita Priya S.	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	42	Tinggi
116	Misnati	1	3	2	1	1	3	1	3	2	2	3	4	2	3	3	2	1	2	39	Rendah
117	Eka Wijayati	4	3	3	1	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	48	Tinggi
118	Syifa	3	3	2	2	2	1	1	3	2	3	2	1	2	2	2	3	3	3	40	Rendah
119	Dinda Fitriyah	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	1	1	1	2	25	Rendah
120	Ulfatun Nisa	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	38	Rendah
121	Rasika Ulfa	1	2	1	1	2	1	2	2	1	3	3	4	4	3	1	2	2	1	36	Rendah
122	Sakila Ismawati	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	1	2	1	1	3	1	1	37	Rendah
123	Nabila	3	2	2	1	2	1	1	3	2	3	2	1	2	2	1	3	1	2	34	Rendah
124	Shilta Dwi M.	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1	1	34	Rendah
125	Intan Erlia	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	38	Rendah
126	Rissa	3	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	28	Rendah
127	Elsa	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	41	Tinggi
128	Gita Dwi	2	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	37	Rendah
129	Fadilla Permatasari	2	3	2	2	2	1	2	4	1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	39	Rendah
130	Amel	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	38	Rendah
131	Novita	2	3	3	3	4	1	3	2	4	3	3	3	4	3	4	4	1	1	51	Tinggi

173	Shandira	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	28	Rendah
174	Iera	3	3	1	1	4	1	3	3	2	3	2	2	2	3	1	3	1	1	39	Rendah
175	Dwi Yanuar R.	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	4	4	1	4	3	3	49	Tinggi
176	NH	3	3	2	4	4	1	1	4	1	4	1	1	4	3	2	3	3	3	47	Tinggi
177	VH	2	4	1	1	4	1	1	4	1	4	1	1	4	4	2	1	4	4	44	Tinggi
178	Fenny I.	3	4	2	3	3	2	1	3	1	3	2	1	3	4	1	4	3	4	47	Tinggi
179	WP	2	4	1	1	4	1	1	4	1	4	1	1	4	4	2	1	4	4	44	Tinggi
180	Dartini	4	4	2	4	3	1	2	3	2	4	2	1	3	4	1	3	4	4	51	Tinggi
181	Fatmawari	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	46	Tinggi
182	A	3	2	2	3	3	3	1	2	1	3	3	1	3	4	2	3	3	3	45	Tinggi
183	Eka	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	41	Tinggi
184	Z	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	39	Rendah
185	Vita	2	3	2	1	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	41	Tinggi
186	VA	3	3	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	41	Tinggi
187	Vieda	3	2	2	1	1	3	2	3	1	4	4	1	4	1	3	3	2	2	42	Tinggi
188	Sha	4	3	3	3	1	3	2	3	1	3	3	2	3	2	2	3	2	2	45	Tinggi
189	Yesi	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	2	2	47	Tinggi
190	Karina	2	3	2	1	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	44	Tinggi
191	APA	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	42	Tinggi
192	Fidiya	1	3	2	1	2	2	2	4	2	1	2	3	2	2	2	2	1	3	37	Rendah
193	AH	2	3	2	2	1	3	3	3	3	2	2	3	2	3	1	4	2	2	43	Tinggi
194	IS	2	2	1	1	2	2	1	3	1	2	2	2	1	4	2	3	2	1	34	Rendah
195	Fianna	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	2	3	3	2	41	Tinggi
196	NX	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	40	Rendah
197	EM	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	39	Rendah
198	SAFA	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	44	Tinggi
199	Siska	1	2	2	1	2	2	1	3	2	2	2	2	1	1	2	1	3	2	32	Rendah
200	Nia	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	48	Tinggi
201	Intan Maulidia	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	4	2	3	1	3	3	1	1	41	Tinggi
202	Siti Fatiyah	2	2	1	2	3	1	2	4	2	2	2	2	2	3	2	4	2	2	40	Rendah
203	Dewi Wahyuni	2	2	2	2	2	4	3	2	4	2	1	3	3	2	2	2	1	2	41	Tinggi
204	Jumharu	3	3	2	4	4	2	1	4	2	3	2	2	3	4	2	4	4	3	52	Tinggi
205	Syafitri	3	3	2	2	3	1	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	44	Tinggi
206	Yessi Yanuar	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	3	2	2	35	Rendah
207	Yuniarti	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38	Rendah
208	Ibnatul Mafruhah	3	3	2	2	3	1	1	4	1	4	1	1	4	4	1	4	4	4	47	Tinggi
209	Anita R.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	38	Rendah
210	Nita Octania	2	4	1	2	4	2	1	4	3	4	1	1	3	4	3	3	4	3	49	Tinggi
211	Anggun Pravita	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	Rendah
212	S	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	47	Tinggi
213	Chika	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	42	Tinggi

214	BR	3	4	3	2	2	2	2	4	1	2	2	3	2	3	2	2	2	1	42	Tinggi
215	Rika	4	4	1	3	4	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	51	Tinggi
216	Novie	1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	40	Rendah
217	Hardiyanti	2	3	2	2	2	1	1	3	1	1	1	2	2	2	1	4	2	2	34	Rendah
218	Aini Nur Linda	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	21	Rendah
219	D	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38	Rendah
220	RM	3	4	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	45	Tinggi
221	Siti Aini	4	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	1	4	4	1	3	3	4	57	Tinggi
222	F	2	2	1	1	2	2	2	3		2	2	4	2	2	1	2	2	2	34	Rendah
223	Nelli S.	2	4	2	2	3	2	3	3	2	3	2	1	3	4	2	3	2	3	46	Tinggi
224	Riska Ayu	2	3	2	2	2	2	2	4	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	37	Rendah
225	Helliyatul	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	39	Rendah
226	Lely	4	4	2	2	4	3	2	4	1	4	2	1	4	4	1	4	4	4	54	Tinggi
227	Syahadatina	2	2	1	2	2	2	1		1	3	1	1	2	3	1	4	3	3	34	Rendah
228	Fitria Dwi K.	3	3	3	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	41	Tinggi
229	Zela	3	2	2	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	50	Tinggi
230	Artari	1	1	1	1	1	2	1	3	2	2	1	1	2	2	1	3	1	2	28	Rendah
231	SF	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	37	Rendah
232	Diah Ayu A.	2	3	2	2	2	2	2	4	2	3	1	3	2	2	2	4	2	3	43	Tinggi
233	Yulika	3	3	1	2	4	1	1	4	1	4	3	1	3	2	1	4	3	4	45	Tinggi
234	Meri Salmia	2	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	32	Rendah
235	R	4	4	2	1	1	4	2	4	2	3	4	1	2	2	3	2	2	1	44	Tinggi
236	N	2	3	1	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	39	Rendah
237	Dhiva Valentina	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	39	Rendah
238	Yeni R.	4	4	2	2	4	3	2	4	1	4	2	1	4	4	1	4	4	4	54	Tinggi
239	D	3	3	2	2	4	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	46	Tinggi
240	Is Wahyuni	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	4	2	3	45	Tinggi
241	Devi Okfita	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36	Rendah
242	Amelia	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	42	Tinggi
243	Ulfa	3	3	1	2	4	1	1	4	1	4	3	1	3	2	1	4	3	4	45	Tinggi
244	Rita	2	1	2	2	2	1	1	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	36	Rendah
245	Mayantika	2	4	2	1	2	2	2	3	2	3	1	3	3	2	2	4	1	3	42	Tinggi
246	Yuricke Silvia	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	36	Rendah
247	Franda	2	3	2	2	4	2	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	46	Tinggi
248	Tifani	2	3	1	2	2	2	1	4	1	3	1	3	2	2	2	3	2	2	38	Rendah
249	Dianita Sari	2	2	1	4	1	1	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	36	Rendah
250	AF	4	4	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	49	Tinggi
251	Rozy Lilya	4	3	2	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	45	Tinggi
252	Tanti Magdalena	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52	Tinggi
253	Fatimah Sudjaja	3	2	2	2	3	3	3	4	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	43	Tinggi
254	Cindy	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	41	Tinggi

296	TR	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	43	Tinggi
297	AY	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	42	Tinggi
298	Eny	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	1	3	2	2	45	Tinggi
299	Misa	2	2	2	1	1	2	2	4	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1	30	Rendah
300	Laksari	4	4	1	4	4	2	2	4	2	3	1	1	4	3	2	3	3	3	50	Tinggi
301	Ria	4	4	2	3	3	1	1	3	2	4	1	2	3	4	2	4	4	3	50	Tinggi
302	Asoka Bunga	3	4	1	4	4	1	1	4	2	3	1	1	4	4	1	4	4	3	49	Tinggi
303	Indah	4	4	1	4	3	2	1	3	1	4	1	1	3	3	1	3	3	4	46	Tinggi
304	Aprilia	4	4	1	4	4	1	1	4	1	2	3	3	4	4	1	3	3	3	50	Tinggi
305	Dian	4	3	1	3	3	2	2	4	1	4	1	2	3	3	1	3	3	4	47	Tinggi
306	Devi	2	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	3	3	4	3	2	3	2	48	Tinggi
307	Putri Budhayarto	3	3	3	1	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	46	Tinggi
308	Namji	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	23	Rendah
309	Siwi	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	45	Tinggi
310	Aqni Grahito	3	3	3	2	3	1	1	4	1	4	1	3	2	3	2	4	2	2	44	Tinggi
311	Sarah	2	3	1	1	2	1	2	4	2	4	1	2	1	1	2	3	1	3	36	Rendah
312	Ria Devita M.	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	49	Tinggi
313	Devi	2	1	2	2	1	2	2	3	3	3	3	2	1	3	4	4	2	1	41	Tinggi
314	Iga	2	2	2	1	3	3	2	3	2	3	4	1	2	3	2	2	2	2	41	Tinggi
315	Novita Kurniasari	2	2	2	2	3	1	1	4	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	34	Rendah
316	Dian Retno	2	2	1	1	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3	34	Rendah
317	Kiki	2	2	1	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	36	Rendah
318	Yuni	2	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	36	Rendah
319	Frida	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36	Rendah
320	Hanny Katera	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	29	Rendah
321	Ida Noritasari	3	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	37	Rendah
322	Amel	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37	Rendah
323	Laialatus	3	3	2	2	2	1	2	2	1	2	4	2	2	1	1	3	1	1	35	Rendah
324	Kikie	4	4	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	53	Tinggi
325	Nindy	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	38	Rendah
326	S	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	41	Tinggi
327	KBN	4	4	3	1	2	2	3	4	2	4	3	3	2	4	3	3	2	1	50	Tinggi
328	Cahaya Jamilah	1	4	2	2	2	2	2	4	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	34	Rendah
329	AN	2	3	1	1	3	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	38	Rendah
330	Yuniar Fakhrun	2	3	2	2	3	3	2	4	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	39	Rendah
331	Ofi	3	3	1	1	2	2	2	4	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	33	Rendah
332	Khoirunnikmah	1	4	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	32	Rendah
333	Reta	2	2	1	2	2	2	1	3	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	31	Rendah
334	Ayu	1	1	1	1	1	1	2	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	29	Rendah
335	Atun	3	2	2	2	3	2	2	4	1	3	2	1	3	2	1	3	1	1	38	Rendah

336	Nur Anisyah	1	2	1	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	4	1	1	27	Rendah
337	Mutia M.	1	2	1	1	2	2	1	4	1	4	1	1	1	1	1	3	2	3	32	Rendah
338	GA	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	47	Tinggi
339	IA	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	44	Tinggi
340	NH	2	1	1	1	2	1	1	4	1	2	2	1	2	2	2	3	2	3	33	Rendah
341	RT	2	3	2	1	2	2	2	4	2	3	3	2	2	2	2	4	1	2	41	Tinggi
342	Dyah Rachmawati	2	1	1	1	2	1	1	4	1	4	1	1	4	4	1	3	1	2	35	Rendah
343	Suci W.	2	2	2	2	3	3	2	4	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	39	Rendah
344	MSP	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	39	Rendah
345	Onik Audia	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	55	Tinggi
346	IN	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	38	Rendah
347	NA	3	3	2	2	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	2	2	52	Tinggi
348	AKC	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	40	Rendah
349	RN	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	46	Tinggi
350	Susy	2	3	1	1	3	2	2	4	1	3	1	2	2	3	2	3	2	3	40	Rendah

Lampiran 7:

Output SPSS Hasil Penelitian

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Ke	ib
N		350	350
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	53.02	40.24
	Std. Deviation	5.608	7.540
	Absolute	.068	.057
Most Extreme Differences	Positive	.068	.057
	Negative	-.048	-.038
Kolmogorov-Smirnov Z		1.268	1.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080	.207

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Hipotesis

Correlations

		ke	lb
ke	Pearson Correlation	1	-.471**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	350	350
ib	Pearson Correlation	-.471**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	350	350

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 8:

Foto Ketika Pengambilan Data

